



März 2019

hoga *AKTIV*

Das Mitgliederjournal des Hotel- und Gaststättenverbandes Berlin e. V.

WIR IN BERLIN

Geförderte Teilqualifizierung: „Fachkraft im Gastgewerbe“

Seite 12

AKTUELL

Tourismus ja, Touristen nein? Standpunkt des DEHOGA Berlin

Seite 8

Der erste Gastro Business Club

Seite 5





Reederei Riedel

tägl. / daily 29. Mar. - 10. Nov.



Hop On Hop Off

Berlin by Boat 24h / 48h one ticket - all lines

Alle Fahrten inbegriffen:

Brückenfahrt

Moabiter Rundfahrt

Spreefahrt

Stadtkernfahrt



Dinner Cruise

Great food, cold drinks &
live entertainment

Erleben Sie den Charme
von Berlin bei Nacht.
Dinnerfahrt mit Live-Musik &
internationaler Küche.

ab 19. April 2019
Jeden Freitag und Samstag

Tickets sowie weitere Infos finden Sie unter www.reederei-riedel.de
Reederei Riedel GmbH Tel.: +49 30 6796147-0



5



10



12

AKTUELL

Editorial: 2019 – ein Jahr der Veränderungen	4
Erster Gastro Business Club	5
Welcome! Wie weiter nach dem Brexit?	7
Veränderungen im Preußenpark erst 2020	8
Tourismus ja, Touristen nein?	8

WIR IN BERLIN

Serie: Neue Mitglieder – Hauptstadtfloß	10
Keine Chance für Erpresser	11
Berufsbegleitende Teilqualifizierung	12
<i>visitBerlin</i> : Neue Hotel-Charta	14
Berlinale – Kassenschlager für Berlin?	16
Digitalisierte Immobilienprozesse	17
Die Haftung des Gastwirts	18
Gastro Piraten: Fit für den Jahresabschluss?	19
Schnelleres Rechnungsmanagement	20

MÄRKTE UND PRODUKTE

Planday: Dienstplanung und Kommunikation	22
Vodafone: Mehr Qualität, mehr Freiheit	23
GastroHero: Online-Anbieter für den Hotel- und Gastronomiebedarf	24
Neu: Der Citadel eCounter	25
Freachly: Authentisches Influencer Marketing	26
DIRS21: Steigerungen von Direktbuchungen	27

NEWS

NEWS	28
------	----

MITGLIEDER

Hotelklassifizierung, Jubiläen im April, Neue Mitglieder, Save the Date	32
Haus Leopold und Bornholmer Hütte	33

RECHT UND RAT

Arbeit auf Abruf – neu geregelt	34
Smarter Sound für Ihr Unternehmen	

Impressum

Herausgeber: Hotel- und Gaststättenverband Berlin e. V. (DEHOGA Berlin), Christian Andresen (Präsident), Lutz Freise (Schatzmeister), Thomas Lengfelder (Hauptgeschäftsführer), Keithstraße 6, 10787 Berlin, Telefon +49 30. 318048-0, Telefax +49 30. 318048-28, info@dehoga-berlin.de, www.dehoga-berlin.de; Redaktion: Peggy Mayer, +49 30. 318048-16, projekte@dehoga-berlin.de · Verantwortlich für den Inhalt: HOGA Berlin Service GmbH, Thomas Lengfelder (Geschäftsführer)
Verlag und Gesamtherstellung: TMM Magazine GmbH, Franklinstraße 11, 10587 Berlin, www.tmm.de; hogaaktiv@tmm.de, Tel: +49 30. 2359951-88
 Geschäftsführer: Jürgen H. Blunck, Layout: Astrid Güldemann, Titelbild: Peggy Mayer
 Erscheinungsweise 11 Mal pro Jahr. Der Bezugspreis ist im Verbandsbeitrag enthalten. Namentlich gekennzeichnete Artikel sind Ausdruck grundsätzlicher Meinungsfreiheit; sie geben nicht unbedingt die Auffassung der Redaktion bzw. des Herausgebers oder des Verlages wieder. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages.
 Es gilt die Anzeigenpreisliste vom 01.01.2019.

2019 – ein Jahr

der Veränderungen

Liebe Mitglieder des DEHOGA Berlin, liebe Leserinnen und Leser,

die Faszination Berlins für Reisende und Kongressbesucher ist ungebrochen. Im Jahr 2018 besuchten rund 13,5 Millionen Gäste die Stadt, das sind 4,1 Prozent mehr als im Jahr zuvor. Die Zahl der Übernachtungen stieg um 5,5 Prozent auf 32,9 Millionen. „Berlin macht es uns leicht ... bei uns laufen die Attraktionen vorbei und wir müssen nur entscheiden, welche wir ins Schaufenster stellen“, veranschaulichte *visitBerlin*-Chef Burkhard Kieker, als er die Erfolgszahlen Mitte Februar verkündete. Doch gerade wir wissen: Hinter dem Erfolg steht unsere tägliche harte Arbeit, die angesichts zunehmender und höherer bürokratischer Hürden schwerer wird. Als Verband machen wir uns für die Interessen der Branche stark. Das braucht eine wirksame Kommunikation auf allen Ebenen.

Sichtbare Zeichen ist die neue Homepage des DEHOGA Berlin, die zu Beginn des Jahres an den Start ging. Sie kommuniziert die Schwerpunkte unserer Arbeit in zeitgemäßen Formaten, nennt Termine, hat einen eigenen Podcast und vieles mehr. Neu ist auch unser Format des Gastro Business Clubs, dessen Premierenveranstaltung wir in dieser Ausgabe vorstellen. Er dient dem Vernetzen der Berliner Gastronomen untereinander und soll mehr denn je den Austausch von Meinungen, Erfahrungen und Problemlösungen anregen. Angefasst haben wir zudem unser Mitglieder magazin hogaAKTIV. Aufmerksame Leserinnen und Leser haben bestimmt schon in den vergangenen Ausgaben festgestellt, dass das Layout Schritt für Schritt moderner wird. Nun verändern wir auch die Erscheinungsweisen: Es wird zukünftig pro Jahr elf Online- und sechs Printausgaben geben. Nach dem bisherigen Stand erscheinen die gedruckten Magazine in den Monaten Januar, März, Mai, Juli/August, Oktober und Dezember. Damit schaffen wir die Voraussetzungen, aktueller zu werden und umgehend auf Ereignisse reagieren zu können. Zugleich erhöhen wir unseren Verbreitungsgrad – jeder kann uns praktisch überall lesen. Was sich lohnt, denn in hogaAKTIV steckt viel Ideenarbeit. Hier geht es um die Themen, die Ihnen unter den Nägeln brennen, und zugleich informieren wir Sie über die



Foto: Sabeth Stickforth

Verbandsarbeit und berichten, wie wir uns für die Interessen der Gastronomen und Hoteliers stark machen. Das ist natürlich keine One-man-show, sondern braucht das aktive Mitwirken aller Mitglieder: „Gemeinsam mehr erreichen. Perspektiven und Chancen schaffen“ ist ein gut gewähltes Motto für das Jahr 2019.

Das steckt für uns voller Höhepunkte: Große Kongresse mit mehr als 10.000 Teilnehmern stehen auf dem Kalender, so erstmals Anfang Juni der größte Developer-Kongress, der erstmalig in Deutschland stattfindet, mit erwarteten 15.000 Gästen oder die gleichzeitig startende World of Coffee mit 10.000 Besuchern. 30 Jahre Mauerfall, Berlins neue Mitte mit dem Humboldt-Forum, das Bauhaus-Jubiläum (die meisten Zeugnisse der bedeutendsten Schule für Architektur, Design und Kunst im 20. Jahrhundert sind nun mal in Berlin) werden für sehr viele Gäste aus nah und fern lohnende Ziele für eine Berlin-Reise sein. Neu ist das Greentech-Festival, das Weltmeister Nico Rosberg im Mai nach Berlin bringt. Bei dem Event auf dem Flughafen Tempelhof wird es um grüne Mobilität, nachhaltigen Konsum und einen zukunftsfähigen Lebensstil gehen. 50.000 Besucher erwarten die Veranstalter. Berlin ist und bleibt spannend.

Für uns als Gastronomen und Hoteliers bleibt viel zu tun in dieser großartigen Stadt. Gemeinsam schaffen wir noch mehr!

Ihr

Christian Andresen

Präsident des DEHOGA Berlin

Die 20 und die 80 Prozent

Austausch an interessanten Orten: der erste Gastro Business Club

Auf dem Neujahrsempfang vom DEHOGA Berlin und *visitBerlin* hatte Christian Andresen angekündigt, dass 2019 ein Jahr der Veränderungen werde. Nicht nur Worte, denn schon der erste Gastro Business Club gehört zu den Verbands-Neuheiten des jungen Jahres. Das neue Format dient dem Vernetzen der Berliner Gastronomen untereinander und ist die Praxis gewordene Erkenntnis aus der Online-Umfrage des DEHOGA Berlin im Jahr 2018. Hier hatten sich die Gastronomen für mehr Networking-Events ausgesprochen, um Meinungen, Gedanken und Erfahrungen auszutauschen, „mehr Netzwerkarbeit unter den Mitgliedern, direkte Hilfe auch für kleine Betriebe...“ wurden da sehr häufig genannt.

Rund 30 Gastronomen kamen zum ersten Gastro Business Club am 18. Februar im Hofbräu München Wirtshaus Berlin in der Karl-Liebknecht-Straße. Ein Restaurant mit 3.500 Plätzen, 120 Mitarbeitern und täglicher Livemusik. Zehn Prozent der jährlichen Münchner Hofbräu-Produktion fließen hier durch die Zapfhähne. Das waren nicht die einzigen Knüller-Zahlen, sondern die Erkenntnis an die

Adresse der Gastronomen, dass „20 Prozent ihrer Speisen 80 Prozent ihres Umsatzes ausmachen“, so René Kaplick, Kapitän der Gastro Piraten, der das Netzwerktreffen zum Thema „Die Speisekarten 2020 – worauf es in der Zukunft ankommt“ moderierte und der lebhaften Diskussion immer wieder neue Impulse gab. Grundlage der Aussagen von René Kaplick waren

Tests, die das Beratungsunternehmen bei rund 500 Gastronomen realisierte, um herauszufinden, wie eine Speisekarte optimal funktioniert. Von diesen Erkenntnissen profitieren nun die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Berliner Gastro Business Clubs. Im Impuls-Vortrag von René Kaplick ging es um „Renner und Penner“ auf der Karte, die Notwendigkeit von Rezepturen, Faktoren für einen optimalen Speisekarten-Lesefluss des Gastes, die Präsentation der Highlights, die optischen Merkmale einer ansprechenden Karte, Mehrsprachigkeit, der Umgang mit Online-Bewertungen...



Der Kapitän der Gastro Piraten begründete die Notwendigkeit der digitalisierten Speisekarte, die online nutzbar ist, und animierte die Gastronomen, die Speisekarte als Diagnose-Instrument ihrer Arbeit zu nutzen. Allein die Anzahl der verkauften Gerichte „sagt ja nichts über den Deckungsbeitrag aus. Genau hier setzt die sogenannte Speisekartendiagnostik an.



Durch regelmäßige Überprüfung der betriebswirtschaftlichen Daten erfahren Sie: welche Verkäufe Sie ankurbeln müssen, welche Gerichte besser ganz von der Speisekarte gestrichen werden sollten, wo Veränderungen notwendig werden und welche Preise Sie anpassen müssen.“

Viele praktische Tipps vermittelte Carsten Rengert. Der Smutje der Gastro Piraten absolvierte zuerst eine Ausbildung



zum Bankkaufmann, bevor er Koch wurde. Sein Berufsweg vereint also Zahlen- und Küchenliebe. Carsten Rengert begründete die Notwendigkeit exakter Rezepturen als Erfolgsrezept und geeignetes Mittel, versteckte Kostenbestandteile aufzuspüren. Für alle, die Rezepturen bisher nicht praktizieren, wird sich das spätestens 2020 als Problem herausstellen, denn dann wird die Nährwertkennzeichnung zur gesetzlichen Pflicht. „Stellen Sie Ihre Gerichte ausführlich auf der Karte vor, die Weinkarte macht das seit Jahren sehr erfolgreich“, so ein weiterer Tipp von Carsten Rengert.



Fragen und Anregungen der Gastronomen waren bereits während der Keynotes ausgesprochen erwünscht und die Anwesenden machten davon rege Gebrauch, schließlich ging es um praktische Dinge ihres täglichen Berufslebens. Auch ganz praktische Hilfe gab es, so für einen Wirt, der gern seine Speisekarte digitalisieren würde, um sie auch online zu stellen. Zugleich nutzten die Gastronomen den lockeren Rahmen, um miteinander ins Gespräch zu kommen und ureigene Probleme zu diskutieren. „Ich wusste ja nicht, was mich erwartet, aber der Gastro Business Club ist sowohl für Neueinsteiger – für die natürlich besonders – als auch alte Hasen ein nützliches Format, um erfolgreicher zu werden und zugleich den Meinungs- und Erfahrungsaustausch mit den Kollegen zu pflegen“, fasste Uwe Schild, Inhaber der Restaurants „Schildkröte“ und „Tafelrunde“ sowie Mitglied des Präsidiums des DEHOGA Berlin, zusammen. Beim nächsten Gastro Business Club geht’s ums Grillen. Das kann jeder? Antwort darauf gibt’s am 10. Mai.

sieren würde, um sie auch online zu stellen. Zugleich nutzten die Gastronomen den lockeren Rahmen, um miteinander ins Gespräch zu kommen und ureigene Probleme zu diskutieren. „Ich wusste ja nicht, was mich erwartet, aber der Gastro Business Club ist sowohl für Neueinsteiger – für die natürlich besonders – als auch alte Hasen ein nützliches Format, um erfolgreicher zu werden und zugleich den Meinungs- und Erfahrungsaustausch mit den Kollegen zu pflegen“, fasste Uwe Schild, Inhaber der Restaurants „Schildkröte“ und „Tafelrunde“ sowie Mitglied des Präsidiums des DEHOGA Berlin, zusammen. Beim nächsten Gastro Business Club geht’s ums Grillen. Das kann jeder? Antwort darauf gibt’s am 10. Mai.



© DEHOGA Berlin

von Brigitte Menge

Aus der Diskussion

Jörn Peter Brinkmann, Ständige Vertretung Schiffbauerdamm
„Wir animieren die Gäste sogar, die Speisekarte als Souvenir mitzunehmen. Wir hatten schon Gäste – vor allem aus Asien –, die mit einer Karte ins Restaurant kamen und so genau wussten, wo und was sie essen wollen.“

René Kaplick, Gastro Piraten
„Erzählen Sie auf Ihrer Speisekarte etwas über sich selbst: warum Sie gerade dieses Restaurant oder Café betreiben, warum Sie Gastronom wurden, Ihre Familiengeschichte, Ihre Verwurzelung an diesem Ort, stellen Sie Ihr Team oder Ihren Koch vor ... das gehört an den Anfang Ihrer Karte.“

Mehr zum Thema Speisekarte auch unter: www.gastro-piraten.de

Sabine Lausch, Altstadtcafé Cöpenick
„Ich misstraue den Online-Bewertungen, denn ich bekomme jede Woche mindestens ein Angebot per E-Mail, gute Bewertungen zu kaufen.“

Jens Kreutzer, Capital Catering
„Wir haben im Funkturm-Restaurant die Preise erhöht. Und danach natürlich sehr genau beobachtet, wie die Gäste reagieren. Mein Appell an alle Kolleginnen und Kollegen: Trauen sie sich, die Preise den tatsächlichen Gegebenheiten anzupassen. Ihre Gäste verstehen das. Überwinden Sie die Hemmschwelle und stehen Sie zu Ihrem großartigen Produkt, das Ihre Küche verlässt.“

Die nächsten Termine des Gastro Business Clubs:

10. Mai 2019	Thema: „Von der Weide auf den Grill“
2. September 2019	Die Themen gibt der DEHOGA Berlin rechtzeitig bekannt: www.dehoga-berlin.de
21. Oktober 2019	
2. Dezember 2019	

Welcome!

Wie weiter nach dem Brexit?

2018 kamen die meisten internationalen Besucher aus Großbritannien

Seit 51,89 % der Briten im Juni 2016 für einen Austritt aus der EU stimmten, gehören die Regelungen um das Wie zu den europäischen Dauerthemen. Die Austrittsverhandlungen brachten bisher – jedenfalls bis zu unserem Redaktionsschluss – kein Ergebnis, und das ist Kern des Problems, denn verlässliche Antworten fehlen. Alle agieren mit Thesen, Konstrukten, Vermutungen. Nach dem Stand der Dinge will Großbritannien am 29. März 2019, 23.00 Uhr mitteleuropäischer Zeit, die EU verlassen.

Die Gastgeber-Branche verfolgt das mit bangem Blick, nicht nur weil die Insel nach 40 Jahren Mitgliedschaft als erstes Land die Europäische Union verlassen wird, sondern weil Touristen aus Großbritannien in den letzten Jahren stets Podestplätze im Ranking der ausländischen Besucher Berlins belegten.

Zur Einordnung zunächst die Fakten: Das Vereinigte Königreich ist für Berlin seit Jahren der größte Auslandsmarkt mit jährlichen Wachstumsraten. Auch im Tourismus-Rekord-Jahr 2018 kamen die meisten internationalen Besucher – trotz? wegen? des drohenden Brexits – aus Großbritannien: „1.703.718 Übernachtungen. Ein Plus von knapp 2 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum“, so Burkhard Kieker auf der Bilanz-Presskonferenz von *visitBerlin* am 22. Februar. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der britischen Gäste lag mit 2,8 Tagen über dem berlinweiten Durchschnitt.

Wie nun bereitet sich *visitBerlin* auf den Brexit vor? „Wir beobachten die Lage sehr genau und sind in engem Austausch mit unseren Partnern vor Ort, insbesondere der Deutschen Zentrale für Tourismus in London, aber auch mit unseren Key-Accounts bei Medien und Reiseindustrie“, so Christian Tänzler, Pressesprecher der weltweiten Berlin-Vermarkter. Dazu gehört das Sammeln von Informationen zu den möglichen Auswirkungen des Brexits im Reise- und Luftverkehr, in der Logistik und im Datentransfer, um Risiken einzuschätzen und verschiedene Szenarien zu diskutieren. „Aus unserer Sicht gibt es zwei besonders wichtige Punkte, die Auswirkungen auf das Reiseverhalten der Briten haben könnten. Zum einen die Anbindung: Wie entwickeln sich die Flugverbindungen nach Berlin? Zum anderen die Währung: Berlin gilt aufgrund des starken Pfund aktuell als preiswertes Reiseziel“, so Pressesprecher Christian Tänzler. Großbritannien wird auch in Zukunft ein bedeutender Markt für die Reisedestination Berlin bleiben, sowohl für den Freizeit-Tourismus als auch für das wichtige Kongressgeschäft.

visitBerlin plant daher auch weiterhin intensive Marketing-Aktivitäten. „Wenn aber britische Touristen für EU-Reisen bald womöglich eine Gebühr von knapp 60 Euro (52 Pfund) zahlen müssen oder sich die Rahmenbedingungen nach tatsächlichem Vollzug des Brexits stark zum Negativen verändern sollten, werden wir die Situation neu bewerten“, so Burkhard Kieker auf der Bilanz-Presskonferenz.

Platz zwei der internationalen Besucher belegten übrigens die USA, dann folgen Spanien, Italien und die Niederlande.

von Brigitte Menge



*Touristen am Brandenburger Tor.
Wie viele werden nach dem Brexit
aus Großbritannien kommen?*

Alles wie gehabt?

Veränderungen im Preußenpark
soll es erst im Jahr 2020 geben

Ein Gastronom bietet auf der Grünfläche vor seinem Restaurant Speisen und Getränke an, die Hygienevorschriften ignoriert er, und nebenbei verkauft er Blumen und Alkohol in Flaschen, auch Glücksspiel ist zu haben ... was wie eine Geschichte aus fernen Ländern klingt, funktioniert auch in Berlin. Nicht in der Gastronomie, aber im Wilmersdorfer Preußenpark, einem nie genehmigten Streetfood-Markt, der die romantischen Anfänge lange schon hinter sich gelassen hat. Längst ist die „Thaiwiese“ nicht nur für Gastronomen – deren bürokratische Reglementierungen ständig zunehmen und kontrolliert werden – ein Stein des Anstoßes. Die Anwohner beschwerten sich über Lärm, Müll und unangenehme Gerüche, selbst Besucher stellen fest, dass der einstige grüne Park versteppt und verdreckt. Das Problem ist ein Dauerbrenner-Thema für das Bezirksamt Charlottenburg-Wilmersdorf. Konsequente Kontrollen oder gar Restriktionen für den Wildwuchs gab es nie. Nun informierte das Amt über bauliche Veränderungen, die Baustadtrat Oliver Schruoffeneger initiierte.



Foto: Sabeth Stickforth

Studierende der Landschaftsarchitektur an der TU Berlin haben sich im vergangenen Semester intensiv mit dem Park auseinandergesetzt und kreative Ideen zur Neugestaltung und Neustrukturierung der gesamten Grünanlage entwickelt. So entstand ein knappes Dutzend Arbeiten, die nun mit den Bürgerinnen und Bürgern diskutiert werden sollen. Baubeginn ist für 2020 geplant, 1,5 Millionen Euro stehen zur Verfügung.

Das sind durchaus gute Nachrichten, aber nur eine Seite des Problems. Und eine Frage ist nach wie vor unbeantwortet: Wie wird geltendes Recht ab Frühjahr 2019 umgesetzt? Im vergangenen Jahr hat der Stadtrat, aus Charlottenburg-Wilmersdorf Arne Herz, anlässlich einer Bezirksverordnetenversammlung nicht nur den Anwohnern zugesagt, dass es in keinem Fall mehr die inakzeptablen Zustände geben wird.

von Brigitte Menge

Tourismus ja, Touristen nein?

Standpunkt des DEHOGA Berlin zum verhinderten Hotelneubau in Kreuzberg

Auf dem Grundstück Skalitzer Straße/Mariannenstraße im Kreuzberger Viertel SO36 plante die Ideal-Lebensversicherung als Eigentümerin des Grundstücks einen Hotel-Hostel-Komplex mit mehr als 700 Betten, einer Einkaufsmeile und einem Parkplatz für Reisebusse. Bürgerproteste kippten das Projekt, statt Hotel und Hostel entsteht nun ein Bürogebäude mit kleinen Läden im Erdgeschoss. Der Baustadtrat von Friedrichshain-Kreuzberg, Florian Schmidt (Grüne), forderte in diesem Zusammenhang gar eine „Hotelpräventionsstrategie“. Zeichen von Overtourismus in Berlin? „Bevor der Bau von Hotels und Hostels sowie die Ansiedlung von Betrieben (Industrie) verboten werden, sollte man die Tourismusströme genau analysieren“, so Thomas Lengfelder, Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Berlin, auf

eine entsprechende Anfrage der Allgemeinen Hotel- und Gastronomie-Zeitung (AHGZ). „Ein großer Teil der Kreuzberg-Friedrichshain-Besucher kommt nämlich aus Berlin, es handelt sich nicht immer um Touristen. Auch ist der Bezirk so beliebt, dass sehr viele Besucher aus den anderen Bezirken anreisen – ein Hotelentwicklungsplan ist da nicht zielführend. Neue Betriebe erzeugen auch immer neue Arbeitsplätze.“ Thomas Lengfelder verweist darauf, dass es erfolgsversprechender wäre, die zahlreichen Ferienwohnungen in Friedrichshain-Kreuzberg richtig zu kontrollieren (Stichwort: Zweckentfremdungsverbot) und dadurch zu reglementieren. „Die in diesem Bezirk entstehende negative Tourismusakzeptanz resultiert oft daher – kein Mieter/Berliner möchte jeden Tag neue Nachbarn haben, die häufig Partys feiern und sich rücksichtslos verhalten. Weiterhin sollte die ordnungspolitische Präsenz auf der Straße, auch nach 22 Uhr, erhöht werden, um geltende Gesetze wie den Lärmschutz durchzusetzen. Für Hotel-Investoren sollten Anreize geschaffen werden, um in den benachbarten Bezirken zu investieren – Verbot her, Problem weg – dies ist nicht die richtige Lösung“, so Thomas Lengfelder.



Touristen lieben Kreuzberg,
wie hier bei der OpenAir Gallery

 www.dehoga-berlin.de



BIOLOGIC GmbH & Co. KG

Die perfekte Gastrolösung

Clip und der Gestank ist weg!

NEU
Jetzt auch für 240l Behälter erhältlich!



Bio-Filterdeckel mit Clip für die Speiserestetonne

- ✓ Keine Geruchsbelästigungen um die Tonne herum
- ✓ Keine Maden und Fliegen in der Tonne
- ✓ Mikroorganismen im Biofilter bauen die Faulgase ab
- ✓ Ihre Tonne bleibt unverändert
- ✓ Sekundenschnelles Auflegen und Abnehmen des Bio-Filterdeckels vor und nach dem Tonnentausch

Hier direkt online bestellen!



www.biologic.de/hoga-aktiv

BIOLOGIC GmbH & Co. KG / Gildenstr. 18 / 48157 Münster/Germany / www.biologic.de

Lifestyle für die Region

Top Magazin Berlin
das auflagenstarke, regionale Gesellschafts- u. Businessmagazin in der Hauptstadt

- top** Seit mehr als 30 Jahren erfolgreich auf dem Berliner Markt
- top** Hochqualitative Aufmachung und Inhalte
- top** Dreimonatige Werbewirkung
- top** Exklusive Kundenveranstaltungen
- top** Attraktive Online-Präsenz

Ihr Leseexemplar finden Sie in ausgewählten Restaurants und im exklusiven Einzelhandel



www.top-magazin-berlin.de

An und auf dem Wasser

Hauptstadtfloß ahoi
Neu im DEHOGA Berlin



Am Ufer der Spree

Auch wenn ihr Werbeslogan „Lass dich treiben“ lautet, hat das Team des Hauptstadtfloßes mit Standort an der Spree in Berlin-Lichtenberg von Beginn an einen klaren Kurs gehalten und arbeitet mit voller Kraft voraus. Das 2011 gegründete Unternehmen Hauptstadtfloß GmbH hat mehrere Standbeine, die eines gemeinsam haben: Sie haben alle mit Wasser zu tun. Zwei rustikale Hauptstadtfloße, zwei elegante Lounge-Flöße, der nostalgische Raddampfer „Alexander“ und das elegante Salonschiff „M.S. Charleston“ – alle mit Crew und Service an Bord. Nahe der Rummelsburger Bucht liegt die „Gode Wind“, eine Kogge, die an Störtebeker und seine wilden Gesellen denken lässt. Und in der Tat hat die Kogge Filmerfahrung. Über ihren Transport über die Ostsee nach Lichtenberg wurde sogar eine N24-Dokumentation gedreht. In diesem Sommer wird die „Gode Wind“ vom Restaurant zur Bar. Sie kann zudem als Eventlocation gemietet werden. Das betagteste Mitglied der Unternehmensfamilie ist das Ausflugslokal mit Sonnenplätzen, Bootsanlegestelle und Bootsverleih „Mutter Lustig“ in Köpenick, dessen historische Wurzeln bis ins 19. Jahrhundert zurückführen. In der warmen Jahreszeit pflegt die betagte Dame einen maritimen Vintage Style, im Herbst und Winter hat sie's eher rustikal und kuschelig.

dass ein Projekt vom anderen gelernt hat“, bekennt er und berichtet, dass er mit diesem Von-anderen-lernen-Gedanken auch Mitglied des DEHOGA Berlin wurde. „Es ist wichtig, in einem starken Netzwerk zu arbeiten, und natürlich wollten wir auch von den vielen Vorteilen profitieren“, so der Unternehmenschef, der darauf verweist, dass jedes der Boote beste Voraussetzungen für Geburtstage, Hochzeiten, Firmenevents, Junggesellenabschiede, Incentives ... bietet. Erfreulich viele junge Menschen und Firmen entscheiden sich für diese Art, Berlin zu erleben. Der größte Teil der Buchung erfolgt langfristig und online. Erst in der finalen Phase kommen die Gäste in den Heimathafen. Dort befindet sich auch das Herz des Unternehmens oder vielleicht besser der Bauch: die 2016 gegründete Spreeküche, Reich von Küchenchef David Passenheim. Kerngeschäft der Spreeküche sind Caterings für die verschiedensten Events. „Uns ist die Umsetzung hoher gastronomischer Qualitätsstandards besonders wichtig. Unsere Gäste sollen nicht einfach nur satt werden, sondern es sich im besten Sinne gutgehen lassen, deshalb haben frische Zutaten bei uns immer Vorfahrt“, so der Spreeküchen-Betriebsleiter Marc Wehnert. Rund 400.000 Euro hat das Unternehmen in den Lichtenberger Standort samt Küche investiert. Durchschnittlich 2.000 Essen pro Woche verlassen die Spreeküche, „wir planen schon mit 4.000“, verrät Toni Kaiser, der dabei auch Hotels in Lichtenberg, Köpenick und Treptow als weitere Catering-Kunden gewinnen möchte. Ein klarer Kurs. Erfolg ist schließlich planbar.



Das Team der Spreeküche

Die Unternehmensflotte steuert der Werbefachmann Toni Kaiser. Die jahrelange Agenturarbeit hilft ihm, die verschiedenen Geschäftsteile in ihrer Individualität zu profilieren und dabei gleichzeitig die Synergien zu nutzen. „Unsere Firmenstruktur ist so aufgebaut,

Das Hauptstadtfloß bietet allen Mitgliedern des DEHOGA Berlin einen Rabatt von 15% auf die Anmietung eines Schiffes im Sommer 2019

von Brigitte Menge

-  www.hauptstadtfloß.de
-  www.godewind-berlin.de
-  www.hüttenzauber-berlin.de
-  www.mutter-lustig.berlin
-  www.spreekueche.de



Keine Chance für Erpresser

Frühsammers Schritt in die Öffentlichkeit –

Was tue ich, wenn mein Restaurant erpresst wird?

Gastronom Peter Frühsammer veröffentlichte auf seinem Facebook-Account einen Erpresserbrief, den er und Ehefrau Sonja Frühsammer („Frühsammers Restaurant“ im Grunewald) erhielten. Das Paar sollte 300 Euro zahlen, um keine schlechten Restaurant-Bewertungen zu erhalten. Frühsammers erstatteten daraufhin Anzeige. Peter Frühsammer schrieb auf seinem Facebook-Account am 20. Februar:

„Diese Mail haben wir gerade erhalten: Da kann sich nun jeder ein Bild davon machen, was für Spinner unterwegs sind. Öffentlichkeit und Information sind die beste Verteidigung, deswegen zeigen wir hier den Eintrag“.

Der Brief im Wortlaut folgt. Kein Einzelfall. „Leider kommt es immer wieder vor, dass Betriebe via E-Mail angegriffen werden. Zum Teil sind diese E-Mails politisch motiviert, zum Teil wird versucht, Geld zu erpressen“, so Thomas Lengfelder, Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Berlin. „Wichtig – aber nicht leicht – ist es, nicht in Panik zu geraten.“ Diesen Rat gibt auch Fritz Dickamp, Managing Director des DEHOGA-Berlin-Partner L.I.K.E. Hospitality

Consulting: „Ruhe bewahren! Und keinesfalls alles glauben, was da geschrieben steht. Meist sind und bleiben es leere Drohungen. Wir hatten aber auch schon Einzelfälle, bei denen in der Folgezeit vermehrt negative Bewertungen auftraten.“ Der Fachmann verweist darauf, dass vor allem Gastronomen erpresst werden, da die Betrüger vermuten, dass hinter der Hotellerie eine geballte Ladung juristischer Kompetenz steht und Gastronomen somit ein leichteres Ziel sind.

Wann aber nun sollte die Polizei eingeschaltet werden? „Bei politisch motivierten Drohungen, bei rassistischen Inhalten, Erpressungen und groben Beleidigungen“, rät Fritz Dickamp. „In jedem Fall sollten Betroffene Kontakt zum DEHOGA Berlin aufnehmen.“ Thomas Lengfelder verweist darauf, dass der Verband seine Mitglieder fachlich berät und professionelle Hilfe in solchen und anderen Fällen anbietet.

von Brigitte Menge

 www.dehoga-berlin.de



Erpresser nutzen die sozialen Medien als Druckmittel

Rainer Sturm / pixelio.de



Dieter Fuhrmann
Obst & Gemüse Großhandels GmbH

Nur das

Beste!



Lieferant der Berliner und Brandenburger Spitzengastronomie

Mitarbeiterentwicklung zu bedarfsgerechtem Fachkräfteprofil

Geförderte berufsbegleitende Teilqualifizierung
im Beruf „Fachkraft im Gastgewerbe“

Mit dem Wachstum der Metropole Berlin wächst die Nachfrage nach Dienstleistungen im Hotel- und Gaststättengewerbe. Und damit dessen Bedarf an Personal mit dem erforderlichen Profil. Neben der Rekrutierung von Mitarbeitern auf einem engen Arbeitsmarkt ist hierfür die Qualifizierung und Profilierung vorhandenen Personals ein geeigneter Weg.

DEHOGA Berlin hat hierfür in Zusammenarbeit mit dem Bildungswerk der Wirtschaft in Berlin und Brandenburg (Bildungsinstitut der Vereinigung der Arbeitgeberverbände) und der Agentur für Arbeit Berlin Süd (Arbeitgeberservice) ein passgerechtes Angebot für seine Mitgliedsunternehmen entwickelt. Es beinhaltet im Kern die berufsbegleitende Fachkräfte-Entwicklung von Mitarbeitern über den Weg von berufsabschlussfähiger Teilqualifizierung, autorisierten Teilabschlüssen und öffentlicher Förderung. Den Rahmen bildet das Berufsbild „Fachkraft im Gastgewerbe“.

Teilqualifizierung ist eine durch die Wirtschaft zunehmend nachgefragte Form der beruflichen Weiterbildung, darunter für geringqualifizierte und andere Beschäftigte. Sie kann eine etappenweise Qualifizierung zum Berufsabschluss oder die Profilierung in einzelnen, dem Einstellungsbedarf der Unternehmen entsprechenden Modulen sein.

Eines der Merkmale des TQ-Modells der Bildungswerke der deutschen Wirtschaft ist die Berufsabschlussfähigkeit. Das bedeutet, dass die Module in ihrer Summe exakt den Rahmenlehrplan und den Ausbildungsrahmenplan für das jeweilige Berufsbild beinhalten. Die Module des bbw sind zertifiziert. Damit besteht auch berufsbegleitend die Möglichkeit der Finanzierung mit Bildungsgutschein. Im Rahmen von TQ „Plus“ können Migranten und Geflüchtete ausgewählte Module mit einem Spezialmodul „Berufsbezogenes Deutsch“ kombinieren.





Die Finanzierung autorisierter Teilqualifizierung kann auch berufsbegleitend über die Bundesagentur für Arbeit und Bildungsgutschein erfolgen. Den Rahmen bildet das Instrument „WeGebAU“, über das die Qualifizierungskosten in vollem Umfang und die Personalkosten für die Zeiten der Qualifizierung in Abhängigkeit von der Unternehmensgröße bis zu 100 % getragen werden können.



Für Fragen und weitere Informationen steht Ihnen Fr. Dr. Auerbach, Tel. 030. 31005176, birgit.auerbach@bbw-akademie.de zur Verfügung.

Fotos: bbw Bildungswerk der Wirtschaft in Berlin und Brandenburg



Ein aktueller Hauptbedarf besteht in der Qualifizierung und Profilierung vorhandener Mitarbeiter im Bereich Rezeption und Empfang. Darauf wurde im Rahmen der Gesamtstruktur des Berufsbildes „Fachkraft im Gastgewerbe“ das entsprechende Modul mit insgesamt 11 Wochen (440 Stunden) ausgerichtet. Hinzu kommt die Dauer des betrieblichen Praktikums (im vorliegenden Falle beim jeweiligen Arbeitgeber) von 4 Wochen / 160 UE.

Je nach Wunsch der beteiligten Unternehmen kann der Ablauf der berufsbegleitenden Qualifizierung in Vollzeitform (bei Finanzierung / Teilfinanzierung des Arbeitszeitausfalls durch die Agentur für Arbeit) oder an Abenden oder Wochenenden ohne Arbeitszeitausfall konzipiert werden. Möglich ist ein Start im 2. Quartal 2019 – z. B. ab Montag, 01. April 2019.



Faszination Berlins für Reisende und Kongressbesucher ungebrochen

Hotel-Charta: Initiative von *visitBerlin* und der Stadt
für mehr Großkongresse in Berlin

Berlin festigt seine Position als Top-3-Reiseziel in Europa: 2018 besuchten rund 13,5 Millionen Gäste die Stadt. Die Zahl der Übernachtungen stieg auf 32,9 Millionen. Besonders beliebt ist Berlin bei internationalen Gästen: 5,4 Millionen Besucher aus dem Ausland blieben 15,1 Millionen Nächte. Die meisten internationalen Besucher kamen – trotz drohenden Brexits – aus Großbritannien mit 1,7 Millionen Übernachtungen, gefolgt von den USA mit 1,3 Millionen Übernachtungen und Spanien mit 1,03 Millionen Übernachtungen.

Hotel-Charta Berlin: Neues Kongressgeschäft für Berlin

Mit einer neuen Hotel-Charta soll die Position Berlins im internationalen Kongressgeschäft weiter gestärkt werden. Die Hotel-Charta ist eine Initiative, um neue internationale Großkongresse anzuwerben. Sie ist ein exklusives Serviceangebot für Veranstalter von Kongressen mit mehr als 1.500 Teilnehmern und einer Dauer von mindestens zwei Tagen. Aktuell beteiligen sich 96 Hotels an der Initiative.



*Burkhard Kieker (visitBerlin),
Wirtschaftssenatorin Ramona
Pop, Iris Lanz (visitBerlin), Ute
Jacobs (Estrel), Hartmut Bömer-
mann (Amt für Statistik), Maria
Hoffmeister (InterContinental),
Tina Brack (Ellington), Tobias
Mendling (Steigenberger)*

2,63 Milliarden Euro Umsatz: Berliner Wirtschaft profitiert vom Kongress-Geschäft

Das Berliner Kongressgeschäft baute seine Spitzenposition im vergangenen Jahr ebenfalls weiter aus: Etwa 12 Millionen Teilnehmer besuchten rund 143.390 Veranstaltungen in Berlin. Erstmals generierten Tagungen- und Kongresse mehr als acht Millionen Übernachtungen in Berliner Hotels. 2018 generierte das Berliner Tagungs- und Kongress-Geschäft einen Gesamtumsatz von 2,63 Milliarden Euro (2017: 2,51 Milliarden Euro). Die Branche ist damit ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für Berlin.

Mit mehr als 51.000 Betten stellen sie rund 40 Prozent der verfügbaren Hotelbetten in Berlin. Die Hotel-Charta ist ein Engagement der gesamten Stadt Berlin. Sie wurde vom *visitBerlin* Berlin Convention Office gemeinsam mit dem *visitBerlin* Partnerhotels e. V. sowie der Senatskanzlei und der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe ins Leben gerufen.

Weitere Informationen unter:
 about.visitBerlin.de



**Preisvorteil
für Verbands-
mitglieder**

Strom für Ihren Betrieb

Grün und günstig

- 12 oder 24 Monate Vertragslaufzeit
- 100 % regenerativer Strom
- Zertifiziert durch den TÜV Nord

Mehr Infos erhalten Sie beim DEHOGA Berlin
und auf vattenfall.de/verbaende-berlin

Berlinale – Kassenschlager für die Hotellerie?

Leistungsentwicklung aus der Hotelperspektive

Bei der 69. Berlinale vom 7. bis zum 17. Februar hieß es diesmal Abschied nehmen von Dieter Kosslick. Der bekennende Cineast leitete das Berliner Filmfest seit 2002 und ihm war es bis dato zu verdanken, dass sich Berlin im Februar regelmäßig zur internationalen Bühne für Filmschaffende, Stars und Sternchen verwandelte. Die diesjährige Bilanz des Festivals: 489.791 Kinobesuche, 332.403 verkaufte Tickets, etwa 400 Filme, ein recycelter roter Teppich und ein Festivalbudget von ca. 26 Millionen Euro – zwei Drittel davon musste die Berlinale selbst erwirtschaften.

Aus Sicht der Hotellerie ist jedoch der Kinoumsatz nur bedingt von Relevanz. Die Kenngrößen, die die Hotelwirtschaft interessieren, sind die Anzahl der anreisenden Gäste, die Aufenthaltsdauer und natürlich ihr Buchungverhalten. Informationen hierzu liefert regelmäßig die Eventanalyse sowie der Vergleich zu den Vorjahren.

Auch scheint ein Ende der Expansionsstrategie in diesem Bereich nicht in Sicht.

Dafür entwickelte sich die durchschnittliche Zimmerrate während der Berlinale positiv. Die durchschnittliche Wachstumsrate der Preise beträgt +6,7%. Sie ist zudem hoch genug, um die negative Entwicklung der Belegungsrate bei der Erlösbetrachtung aufzuheben. Über alle Hotelkategorien wuchs der Erlös pro vermieteten Zimmer (RevPar) im Vorjahresvergleich um +4,9%.

Im Februar gab es jedoch nicht nur die Berlinale. Für Nachfrage sorgte auch die jährliche internationale Messe für Früchte- und Gemüsemarketing, die Fruit Logistica. Der Verlauf der Kennzahlen dieser Messe ist weniger konstant, mehr nach dem Motto „3 Schritte vor und 2 Schritte zurück“, oder anders formuliert: Auf ein Jahr mit Rückgang folgt ein Jahr mit deutlichem Wachstum. Unterm Strich errechnet sich bei der Fruit Logistica eine jährliche

Kategorievergleich Berlinale: Belegung 2015-2019

	3* Sterne		4* Sterne		5* Sterne		Berlin all	
	Occ%	Var. %	Occ%	Var. %	Occ%	Var. %	Occ%	Var. %
2019	81,8	-2,9%	75,2	0,1%	73,5	-5,0%	75,8	-1,6%
2018	84,2	4,7%	75,1	-1,3%	77,4	1,0%	77,0	0,4%
2017	80,4	1,4%	76,1	3,3%	76,6	-4,0%	76,7	1,2%
2016	79,3	9,2%	73,7	16,8%	79,8	9,6%	75,8	13,6%
2015	72,6	23,9%	63,1	-3,5%	72,8	0,4%	66,7	3,1%
Jährliche Wachstumsrate (CAGR)		3,0%		4,5%		0,2%		3,2%

Berlinale: ADR seit 2015-2019

	3* Sterne		4* Sterne		5* Sterne		Berlin all	
	ADR	Var. %	ADR	Var. %	ADR	Var. %	ADR	Var. %
2019	74,1	8,2%	96,8	9,0%	186,3	7,9%	103,6	6,7%
2018	68,5	-0,2%	88,8	-4,3%	172,7	-6,4%	97,1	-5,2%
2017	71,9	9,6%	91,6	8,3%	186,5	4,4%	103,0	5,4%
2016	65,6	0,8%	84,6	-2,2%	178,6	2,1%	97,7	-1,3%
2015	65,1	-7,1%	86,5	-1,1%	174,9	-5,8%	99,0	-5,3%
Jährliche Wachstumsrate (CAGR)		3,3%		2,9%		1,6%		1,1%

Tatsächlich zeigt die Eventanalyse, dass die Berlinale 2019 im Vergleich zum Vorjahr bei der Belegung insgesamt rückläufig ist. Die durchschnittliche Belegungsrate ist insgesamt geringer als im Vorjahr, wie die Auswertung der Fairmas Hotelmarktdaten auf Basis täglicher Dateneingabe zeigt. Ein Grund hierfür ist der Kapazitätenausbau, also das zusätzliche Zimmerangebot durch Hotel-Neueröffnungen. Der Kategorievergleich zeigt, die 4-Sterne-Hotels konnten knapp ihr Niveau halten, die 3-Sterne-Häuser gaben um -2,9% nach. Dies kann ein Indiz dafür sein, dass einiges an Nachfrage zu den Low-Budget-Mitbewerbern abgewandert ist – ihr Angebot ist in der Vergangenheit deutlich ausgebaut worden – allein Motel-One betreibt mittlerweile zehn Hotels mit ca. 9.500 Zimmern in der Hauptstadt.

Wachstumsrate (CAGR, 2015-2019) von +0,9% bei der Belegung und +2,8% bei der ADR.

Wie geht's weiter?

Berlin wird teurer. Neben steigenden Mieten steigen auch die Übernachtungspreise der Hauptstadt-Hotels. Nicht mehr so deutlich erkennbar ist das Prinzip ‚sinkende Belegung gleich sinkende Preise‘, da die Nachfrage weiterhin zu wachsen scheint. Das Trendbarometer vom Februar zeichnet folgendes Bild bei den Wachstumsraten: März -0,9% OCC, +5,0% ADR, +4,0% RevPar, April -2,1% OCC, -0,5% ADR, -2,5% RevPar sowie Mai +0,4% OCC, +6,7% ADR und +7,1% RevPar.

i DEHOGA Berlin angeschlossene Unternehmen können sich immer tagesaktuelle Auswertungen von der Verbands-Website downloaden:

🌐 www.dehoga-berlin.de/brancheninfos/daten-fakten/fairmas-cityreport/

i Fairmas GmbH, Sachsendamm 2, 10829 Berlin, Tel: 030. 322940520, Fax: 030. 322940521

@ office@fairmas.com **🌐** www.fairmas.com

Digitalisierte Immobilienprozesse

In vielen gastgewerblichen Unternehmensbereichen stellt man sich die Frage, wie man sein Unternehmen mit „Digitalisierungskomponenten“ voranbringen kann. Dabei geht es nicht nur um eigene Arbeitsweisen, Abläufe und Prozesse. Lieferanten bieten z. B. Onlinelösungen mit direktem Bestellmodus an, einen direkten Kontakt zum Bankangestellten gibt es kaum noch und Mitarbeiter hinterlegen ihr Profil nur noch auf Plattformen. Da unterschiedlichste Marktteilnehmer am Immobilienmarkt teilnehmen, müssen sich Gastronomen und Hoteliers auch hier anderen Arbeitsweisen anpassen.



Im Immobilienbereich setzt sich verstärkt das „Building Information Modelling“ durch, dass die optimierte Bewirtschaftung von Gebäuden mit Hilfe einer Software beschreibt. Hierdurch werden die festen (z. B. Haus- und Gebäudetechnik) und beweglichen Gegenstände einer Immobilie



© DIEHOGA Denkfabrik GmbH

(z. B. mitverpachtetes Inventar) mit einem handelsüblichen Tablet und Scanner mit Barcode oder RFID-Code versehen, gescannt, fotografiert und in einer zentralen Datenbank erfasst. Des Weiteren können je Mietgegenstand Dokumente hinterlegt werden (z. B. bauliche Unterlagen, Wartungsverträge, Prüfprotokolle). Hierdurch werden nicht nur dem Betreiber aktuelle Informationen über seinen Betrieb sichtbar, sondern Eigentümer erhalten standortunabhängig einen Überblick über ihre Investition.

DIEHOGA Denkfabrik informiert sowohl Immobilieneigentümer als auch Betreiber über den Umgang mit diesen Anwendungen.

@ hello@diehoga-hotelberatung.de
 www.diehoga-hotelberatung.de

TAXI BERLIN
030 202020

Englische Hotline: +49 30 20 20 21 22 0  Rund um die Uhr

Taxibestellung auf Knopfdruck

Der kostenlose Autobooker ist die Kompaktlösung für Firmen, Hotels, Gaststätten und Bars, um schnell ein Taxi zu bestellen. Er ist individuell konfigurierbar und benötigt lediglich eine separate Stromquelle.

- Anzeige des Taxikennzeichens
- Anzeige der Ankunftszeit
- Einsicht aller Bestellungen
- Einfache Bedienbarkeit
- Kostenlos nutzbar mit einer SIM-Karte von Taxi Berlin oder WLAN

Mehr Informationen unter www.taxi-berlin.de/autobooker



Ihr Ansprechpartner:
Jörg Rachnew
 Telefon: +49 30 20 20 21 160
 E-Mail: kundenbetreuung@taxi-berlin.de



Die Taxi-App für jede Alltagsituation.





Die Haftung des Gastwirts – unbeschränkt und verschuldens- unabhängig?

Immer wieder wird die Frage gestellt, wie und in welcher Höhe der Gastwirt für eingebrachte Sachen des Beherbergungsgastes bei Verlust, Zerstörung oder Beschädigung haftet. Im Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB) werden diese Fragen in den §§ 701 bis 703 behandelt.



Manuel Miller
Rechtsanwalt bei CHT Rechtsanwälte GbR

Haftung ohne Verschulden

Die Besonderheit liegt in der **verschuldensunabhängigen Haftung**: Der Gastwirt haftet auch ohne vorwerfbares Verhalten für eingebrachte Sachen des Beherbergungsgastes, d. h. Sachen, die in den Herrschaftsbereich des Gastwirtes gelangt sind.

Eine Haftung bei höherer Gewalt wie bei einem Blitzeinschlag oder bei alleinigem Verschulden des Beherbergungsgastes scheidet dagegen aus.

Wer haftet?

Die verschuldensunabhängige Haftung nach §§ 701 ff. BGB betrifft nur den Gastwirt, der **Gäste zur Beherbergung** aufgenommen hat, und nicht z. B. den Inhaber eines Restaurants.

Für was?

Die Haftung bezieht sich ausschließlich auf **eingebrachte Sachen des Gastes**, die er bei sich führt, wie z. B. einen Koffer. Empfängt der Gast Besuch, haftet der Gastwirt nicht für die Sachen des Besuchs.

Befinden sich die Sachen in einem Pkw, der auf dem hotel-eigenen Parkplatz abgestellt ist, scheidet eine verschuldens-unabhängige Haftung auch aus.

Begrenzung der Haftung

Die verschuldensunabhängige Haftung wird durch Haftungsgrenzen beschränkt. Für eingebrachte Sachen haftet der Gastwirt bis zum Wert von €600 voll, darüber hinaus bis zum 100-fachen des Beherbergungspreises für einen Tag, höchstens bis 3.500 Euro. Bei Geld, Wertpapieren und Kostbarkeiten liegt die Haftungsbegrenzung bei 800 Euro.

Unbeschränkte Haftung

Wenn der Verlust, die Zerstörung oder Beschädigung der Sache auf vorsätzlichem oder fahrlässigem Verhalten des Gastwirtes beruht, haftet der Gastwirt unbeschränkt. Gleiches gilt, wenn der Gastwirt die eingebrachten Sachen in Verwahrung genommen oder entgegen der Verpflichtung nach § 703 Abs. 3 BGB auf Verlangen des Gastes nicht zur Aufbewahrung entgegengenommen hat.

Fazit

Im Schadensfall ist stets der Einzelfall zu prüfen, ggfs. auch anwaltlich. Ein ausreichender Versicherungsschutz ist zu empfehlen.

Fit für den Jahresabschluss?

Noch viel Zeit? Wer jetzt handelt,

lächelt im Dezember unbeschwerter – Tipps von René Kaplick:

Zugegeben, Steuererklärungen sind selten Lieblingekinder, und dennoch: Es geht ums Geld und das mag keine Schlußerei. An erster Stelle steht natürlich, dass Sie die Fristen einhalten. Blieb Ihr Gewinn im Jahr 2018 unter 60.000 Euro, reicht es aus, eine Einnahmen-Überschuss-Rechnung (kurz EÜR) bis spätestens 30. September 2019 (wenn man nicht durch einen Steuerberater vertreten wird) oder bis 31. Dezember 2019 (wenn man durch einen Steuerberater vertreten wird) beim Finanzamt einzureichen. Alle anderen Betriebe sind zum klassischen Jahresabschluss verpflichtet, dessen Frist am 12. Dezember 2019 endet. Wer damit bis zum 31. Dezember wartet, verschenkt unter Umständen Geld, vor allem dann, wenn 2018 erfolgreich war. Ist die Zahl in der Spalte Gewinn hoch, werden es auch die Steuern sein. Das kann ein Betrieb abfedern, indem er Investitionen – wie beispielsweise einen neuen Convectomat, neues Inventar, einen Lieferwagen ... – plant und als Investitionsabzugsbetrag ausweist. Wer Inventuren erstellt, verfügt über verlässliche Kennzahlen, die nicht nur den Aufwand für den Jahresabschluss minimieren, son-

dern Schwachstellen des eigenen Betriebes offenlegen. So manchem fiel da schon auf, dass er ziemlich schnell sein Bestandsverhalten verändern muss. Unsere Erfahrungen zeigen, dass die Finanzämter bei gastronomischen Betrieben auf die Kenngröße Wareneinsatz schauen. Liegt die bei

über 28 %, gilt man als auffällig. Unser Tipp: Prüfen Sie das im Detail. Fragen Sie in der Küche nach Verlusten oder Gratisabgaben. Das gehört in die Betriebskosten und minimiert den Wert des Wareneinsatzes. Geben Sie bei allen Kenngrößen exakte Zahlen an und lassen Sie sich nicht auf Pauschalbeträge ein – die haben Ihren Vorteil nicht im Blick. Und nicht vergessen: Dokumentieren Sie das „Essensgeld für Ihre Mitarbeiter/innen“. Das ist Bestandteil der Lohnkosten. Das Thema ist umfang- und facettenreich.



René Kaplick, Kapitän des Beratungsunternehmens Gastro Piraten

© Gastro Piraten

Mitgliedern des DEHOGA Berlin bieten die Gastro-Piraten eine kostenlose telefonische Erstberatung: Tel: 030. 20459787

www.gastro-piraten.de

In der April-Ausgabe von hogaAKTIV gibt es von den Gastro-Piraten Tipps und Tricks zur ordnungsgemäßen Kassenbuchführung.

Mehr zum Thema Jahresabschluss auch hier:



Kin-der-leicht!
Der DEHOGA Berlin antwortet jetzt ganz unkompliziert auch über WhatsApp: **0176 52 08 77 36**

Whats HOGA

„Unsere Zeit soll dem Gast gehören!“

Mit dem digitalen System HGK-BackOffice hat der Szene-Gastronom Heinz „Cookie“ Gindullis das richtige Rezept gefunden, um das Rechnungsmanagement schneller, einfacher und übersichtlicher zu machen.



Mit seinem Club „Cookies“ schrieb Heinz „Cookie“ Gindullis einst Geschichte und wurde zur Legende der Berliner Clublandschaft. Die Modesezene der Hauptstadt, bekannte Künstler und DJs gehörten zum Partyvolk, welches zwanzig Jahre lang das Berliner Nachtleben prägte. 2014 drehte „Cookie“, wie Gindullis von allen genannt wird, den Schlüssel um, um neue Wege zu gehen. Heute betreibt er drei angesagte Restaurants in Berlin. Das Crackers vereint Bar-Flair mit Gerichten aus aller Welt und DJ-Sets an den Wochenenden. Im Cookies Cream wird experimentelle vegetarische Küche auf höchstem Niveau serviert: Das Restaurant wurde für 2018 mit seinem ersten Michelin Stern ausgezeichnet. Die Data Kitchen ist Berlins erstes Digitalrestaurant. Nach dem Motto „Slow Food fast“ können Gäste per App oder über die Website frisch zubereitete Gerichte vorbestellen, bezahlen und im Restaurant aus einer digitalen Food-Wall abholen und dort verzehren. Trotz unterschiedlicher Konzepte: Der Anspruch an Frische, Produktqualität und Saisonalität eint alle drei. Der Einkauf spielt deshalb eine zentrale Rolle und nahm früher viel Zeit in Anspruch. „Unsere Zeit soll dem Gast gehören und so wenig wie möglich für Aufgaben gebunden werden, die mit unserer eigentlichen Passion, ein guter Gastgeber zu sein, nichts zu tun haben“, erklärt „Cookie“. Deshalb entschloss sich der Gastronom, mit dem Kreditorenmanagementsystem HGK-BackOffice das Rechnungsmanagement für alle drei Restaurants zu digitalisieren.

Personelle Entlastung nicht nur in der Buchhaltung

„Unsere ursprüngliche Motivation war es, die Buchhaltung von den vielen stupiden, ständig wiederkehrenden Tätigkeiten zu entlasten. Kontierung, Kostenstellen zuordnen – jeden Tag für zwanzig, dreißig Rechnungen das Gleiche“, so der Managing Director Markus Jänsch. „Das System macht das jetzt automatisch. Die Äpfel werden direkt dem entsprechenden Sachkonto und der Kostenstelle zu-

geordnet und der Mehrwertsteuersatz ist schon angegeben. So muss nicht alles zigmal am Tag neu eingegeben werden. Mittlerweile merken wir aber auch, welche Vorteile uns HGK-BackOffice noch bringt: Unsere Köche können sich auf ihre Kerntätigkeiten konzentrieren und müssen nicht mehr jede Rechnung manuell freigeben. Ich gehe kurz ins System und sehe auf einen Blick, ob Rechnungen und Bestellungen übereinstimmen. Unterschiedliche Mitarbeiter nutzen das System mit individuellen Berechtigungen. So sieht die Küche nur Rechnungen für Lebensmittel und die Technik-Abteilung nur das, was die technikbezogenen Einkäufe betrifft.“

Alle Infos sind in Sekundenschnelle verfügbar

„Früher kam es vor, dass eine Rechnung noch in einem Restaurant lag und vergessen wurde“, erinnert sich Markus Jänsch. „Das passiert nicht mehr. Und: Infos sind viel schneller verfügbar. Möchte ich beispielsweise wissen, wann, wo und zu welchem Preis ich die Dessertteller bestellt habe, sehe ich sehr schnell, bei welchem Lieferanten ich sie vor zwei Jahren geordert habe und wie teuer sie damals waren. Besonders bei Waren, die wir nur selten kaufen, ist das hilfreich.“ Die Transparenz hilft dem Unternehmen auch bei Preisverhandlungen. „Preiserhöhungen werden sofort aufgezeigt und wir merken früh, dass das Olivenöl teurer geworden ist“, sagt Cookie. So lässt sich direkt neu verhandeln oder, wenn nötig, auch mal der Lieferant wechseln. „Außerdem sehen wir, wie viel wir in einem Jahr für bestimmte Artikel ausgegeben haben“, so Jänsch. „Vor HGK-BackOffice konnten wir zwar nachvollziehen, für welchen Gesamtbetrag wir z. B. bei einem Fisch-Lieferanten gekauft haben, aber nicht direkt, wie sich unsere Ausgaben auf die verschiedenen Artikel aufschlüsselten. Mit dem System geht das und so fällt uns womöglich auf, wie viel Forelle wir umsetzen und dass sich bei der entsprechenden Abnahmemenge möglicherweise auch beim Einkaufspreis nachbessern ließe.“



Heinz Gindullis

© HGK

„Unsere ursprüngliche Motivation war es, die Buchhaltung von den vielen stupiden, ständig wiederkehrenden Tätigkeiten zu entlasten.“

HGK-BackOffice ist mit der Buchhaltungssoftware Datev verbunden. Vom Rechnungseingang bis zum Zeitpunkt der Überweisung vergehen oft nur Stunden. „Früher war die Skontofrist bei Überweisung oft schon überschritten. Heute freuen wir uns über die Prozente“, betont Markus Jänsch. Eine weitere Schnittstelle hat HGK zum selbstprogrammierten Warenwirtschaftssystem des Unternehmens eingerichtet. So muss auch hier nichts doppelt eingegeben werden.

Heinz „Cookie“ Gindullis sieht noch etwas Positives: „In unseren Küchen achten wir sehr auf Nachhaltigkeit. Deshalb freut es uns, dass wir durch die digitale Abrechnung jetzt auch weniger Papiermüll verursachen.“

Weitere Infos:

 www.h-g-k.de

Planday

Dienstplanung und Mitarbeiterkommunikation leicht gemacht

Planday ist eine innovative Software-Lösung mit mehr als 250.000 Nutzern weltweit, mit welcher auch Sie das Thema Personal stark vereinfachen können. Ob Schichtplanung, Lohnabrechnung oder eine unkomplizierte Mitarbeiterkommunikation –

mit Planday haben Sie alles in einer App und sparen damit Zeit und Geld. Das alles natürlich unter Berücksichtigung der gesetzlichen Regelungen und der neuen DSGVO.

Wer kennt es nicht? Die Grippewelle überrollt die Arbeitswelt, es fallen mehrere Teammitglieder gleichzeitig aus – was tun? Mit Planday sehen Sie sofort und in Echtzeit, wer als Ersatz kurzfristig eingeplant werden kann. Sie können diese Mitarbeiter kontaktieren und umgehend einsetzen – zeitraubende Telefongespräche sind passé. Eine App für alles.



Exklusiv für DEHOGA Berlin Mitglieder:
Wir haben die Digitalisierung im Fokus. In einer Zeit, in der alles „digital“ wird, steht Ihnen das Planday-Team mit Rat und Tat zur Seite. Besuchen Sie www.planday.com/de/lp/kdbdehogaberlin2019 oder schicken Sie eine E-Mail an dach@planday.com und vereinbaren Sie jetzt Ihren Termin zur kostenlosen Digitalisierungsberatung.

Mitarbeiterkommunikation auf dem nächsten Level

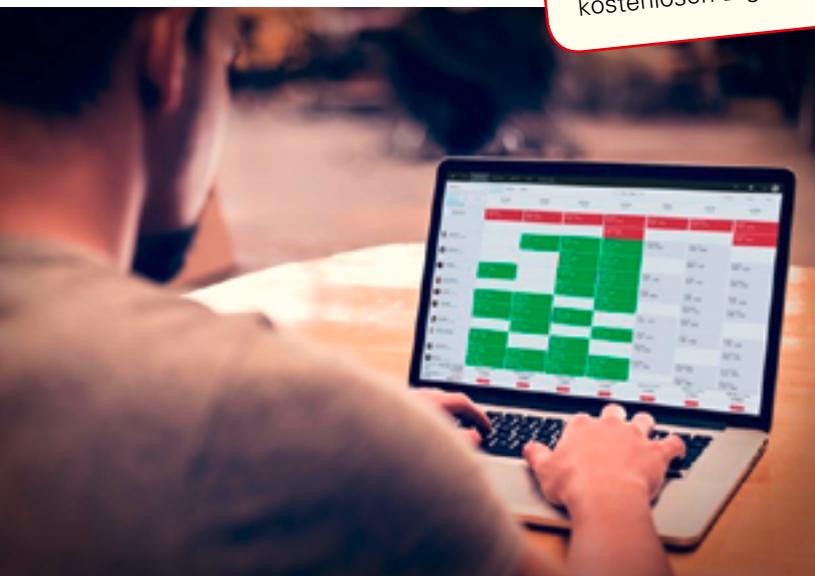
Mit Planday können Sie effizient und einfach mit Ihren Mitarbeitern kommunizieren. E-Mail, SMS-Versand und Nachrichten über die App, mit optionaler Lesebestätigung – das alles ist

möglich. Gehen Sie mit der Zeit und kommunizieren Sie digital! So sind Sie auch von unterwegs immer auf dem neusten Stand und Ihre Mitarbeiter werden es Ihnen danken.

Machen Sie Planday zum Teil Ihres Teams. Die Einführung, das Setup und der Kundenservice sind für Sie inklusive. Testen Sie Planday 30 Tage komplett kostenfrei und unverbindlich.

Sie möchten sich gerne ein eigenes Bild von Planday machen?

In 2019 ist das Team von Planday erneut auf verschiedenen Events: <https://www.planday.com/de/events/>. Lernen Sie das Team persönlich kennen und erfahren Sie mehr über die Planday Software.





Mehr Qualität, mehr Speed, mehr Freiheit

Vodafone Business Consulting – Ihr innovativer Telekommunikationsberater

Die Digitalisierung ist ein weites Feld mit vielen Möglichkeiten. Sie hält Einzug in jede Branche und verändert die Geschäftswelt maßgeblich.

Sie stellt eine tiefgreifende Veränderung in der Gesellschaft dar, für die man eine zuverlässige und schnelle Internetverbindung benötigt, auf die zukünftig niemand verzichten möchte.

„Kosten, die beim Telefon- und Internetanbieter anfallen, sind meistens Fixkosten, die niemand in Frage stellt und mit denen sich niemand auseinandersetzt“, sagt Karimu Iddi, einer der beiden Geschäftsführer des Vodafone Business Consulting.

Nur wenige nehmen sich die Zeit und hinterfragen die Kosten. Dabei gibt es clevere und leistungsstarke Kombinationen mit dem Vodafone-Netz, bei denen man monatliches Geld sparen kann. Eine genaue Kalkulation von eventuellen Zusatzkosten bei einem Wechsel des Anbieters, die Befürchtung, dass dieser nicht reibungslos verläuft und es zu Versorgungsunterbrechungen kommt, hemmen viele Gastromomen, diesen Schritt zu wagen.

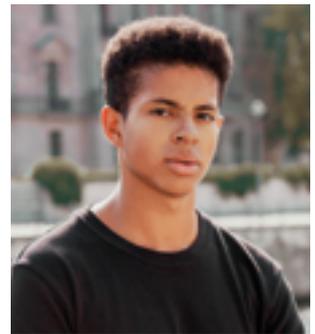
An dieser Stelle hilft unser Team bestehend aus Geschäftskundenberatern (Sitz in der Wins- und Zionskirchstraße) mit fundiertem Wissen und dem Motto „Mehr Qualität, mehr Speed, mehr Freiheit“. Langjährige Erfahrungen in der Telekommunikation zeichnen die Geschäftsführer Hendrik Lehmann und Karimu Iddi aus. Daher wissen sie, dass es heute essenziell ist, einen persönlichen Draht zu den Kunden aufzubauen, um ein Vertrauensverhältnis zu schaffen. Weil Telekommunikationsprofile individueller nicht sein könnten und vor allem bei unternehmerischen Tätigkeiten sowohl Planungs- als auch Kalkulierungssicherheit an Wichtigkeit zunehmen, stellen wir unseren Kunden eine(n) persönliche(n) Key Account Manager*in an die Seite. Diese(r) analysiert Ihre jetzige Situation und nimmt Tarifoptimierungen wunschorientiert vor, die auf den persönlichen Bedarf abgestimmt sind. Eine Beratung erfolgt für Sie ohne Terminvergabe oder lange Wartezeiten in Telefonwarteschleifen. Telefonisch, online oder vor Ort: Unser Team kümmert sich jederzeit um Ihre Anliegen.

i Hendrik Lehmann Tel. 030.586821910 und Karimu Iddi, Mobil: 01525.7000666

Vodafone Business Consulting



Hendrik Lehmann(links) und Karimu Iddi



© Vodafone Business Consulting

@ office@vodafone-bc.com (Betreff: Dehoga Partner),
www.vodafone-bc.com/dehoga-partner/



10 % Rabatt – Profitieren Sie vom starken Vodafone-Netz und bekommen Sie Rabatte für diverse Leistungen.



Individuelle Leistungs-Rabatte bei Festnetz- und Mobilfunk-Produkten – Clevere und leistungsstarke Kombinationen machen einen monatlichen Rabatt von bis zu 16 Euro pro Mobilfunkkarte möglich.



Direkter Online- und Vorort-Support – Sie haben die Wahl: Rufen Sie uns an, melden Sie sich online bei uns oder lassen Sie uns vorbeikommen. Ganz so, wie es Ihnen am besten passt.



Persönlicher Key-Account-Manager – Ihr persönlicher Berater für alle vertrieblichen Fragen und Wünsche ist für Sie da. – Ohne Termin und lange Vorlaufzeiten.



Express Hardwarelieferung – Auf Nachfrage jedes gewünschte Gerät innerhalb von 48 Stunden in Ihren Händen.



Digitalisierung:

Online-Anbieter für Hotel- und Gastronomiebedarf immer beliebter

Hotellerie und Gastronomie befinden sich im Umbruch. Moderne B2B-Onlineshops und digitale Lösungen krempeln die Hospitality-Branche um und bereichern dabei den Alltag vieler Betriebe. Immer mehr Hoteliers und Gastronomen sind bereit, für die Ausstattung von Küche und Service auf die Angebote von Online-Händlern zurückzugreifen. Die Gründe hierfür liegen auf der Hand: immer schnellere Lieferzeiten, eine stetig wachsende Produktauswahl und nicht zuletzt auch hohe Einsparpotenziale im Vergleich zum Fachhandel vor Ort.

Mit Blick auf die Entwicklung der letzten Jahre kann vor allem der Online-Händler „GastroHero“ hervorgehoben werden. Seit der Gründung von GastroHero im Oktober 2013 haben die drei Gründer Andreas Korsus, Mark Baukmann und Jens Schütte maßgeblich zur Akzeptanz von Online-Angeboten in der Hotellerie und Gastronomie beigetragen. Mittlerweile hat GastroHero über 47.000 Produkte im Sortiment. Mehr als 160 Mitarbeiter sind in dem noch jungen Unternehmen beschäftigt und kümmern sich 24 Stunden am Tag um Kundenanfragen. Mit diesen Argumenten hat es GastroHero geschafft, mehr als 300.000 Kunden für sich zu gewinnen. Für die drei Gründer Korsus, Baukmann und Schütte ist das jedoch kein Grund, sich auf den bis-



v. l. n. r. Geschäftsführung Mark Baukmann, Andreas Korsus, Jens Schütte

herigen Erfolgen auszuruhen: „Wir stehen gerade erst am Anfang und arbeiten permanent daran, in allen Geschäftsbereichen noch besser zu werden. Unser Ziel ist es, der größte Online-Händler Europas zu werden und gleichzeitig die zufriedensten Kunden in der Branche zu haben. Wenn es um Online-Angebote geht, denken viele Hoteliers und Gastronomen nicht direkt an tollen Service. Das wollen wir ändern“, sagt Mark Baukmann im Interview.

Um das zu erreichen, bietet GastroHero zum Beispiel in Kooperation mit den Gastro Piraten um René Kaplick jede Woche kostenlose Video-Tipps zu Themen wie Kalkulation, Personalführung und Marketing. Neben Profilen in vielen sozialen Netzwerken pflegt GastroHero unter dem Namen „CHEERS“ (www.gastro.hero.de/cheers) außerdem ein Online-Magazin für die Hotellerie und Gastronomie, welches jeden Monat viele Tausende Leser und Leserinnen anzieht.





Der Citadel eCOUNTER

DER eCOUNTER

Unsere Antwort auf

**Arbeitszeitverordnung,
Fachkräftemangel,
Mini - Jobber,
Ruhetage und
Öffnungszeiten**

€ 450,00*

***pro Monat
ein Mietkauf-Angebot der Albis Leasing GmbH
Laufzeit 48 Monaten, ohne Anzahlung, für das
Standard-Gerät incl. Netzwerkintegration**

In Zusammenarbeit mit dem namhaften schweizer System-/ Technologieunternehmen KEY&CARD AG ist eine sehr moderne und serviceorientierte Lösung für Ihr Hotel entstanden.

Der eCounter ist eine intuitive Kiosk-Lösung und zeichnet sich vor allem durch eine einfache und selbsterklärende Menüführung aus.

Sprachunabhängige Symbole unterstützen den schnellen Check-in-Prozess. Das übersichtliche und sensitive Interface ermöglicht eine kinderleichte Bedienung.

Der Reservierungs- oder Check-IN-Vorgang ist ähnlich aufgebaut wie ein Onlineshop, ist stark auf die betriebliche Anpassung ausgelegt und ergänzt oder ersetzt eine Rezeption.

Das Check-in-Terminal verfügt über eine Vielzahl an Zahlschnittstellen und generiert darüber hinaus direkt die Schlüsselkarte, wenn vorhanden.

Das Interface kann an den betrieblichen Auftritt in Farbe und Schrift problemlos angepasst werden und kann Informationen über das Hotel, dessen Angebot und die Umgebung geben.

Der eCOUNTER ist für den Kunden praktisch wartungsfrei und gewährleistet durch den permanenten Datenaustausch mit dem angebotenen Server eine höchstmögliche Aktualität.

So funktioniert der eCOUNTER

- Der Gast bekommt mit seiner Reservierungsbestätigung automatisch seine Buchungsnummer oder einen Bar- oder QR-Code.
- Erkennung der Anreise über die Buchungsnummer, den Bar- oder QR-Code oder Personal-Ausweis
- Die Schlüsselkarten werden von der integrierten Codierstation erstellt und ausgegeben.
- Die Kreditkartenzahlung ist vorgesehen, eine Meldescheinerstellung ist möglich, ebenso wie die Erstellung weiterer Schlüsselkarten.

Weitere Informationen unter

@ axel.backwinkel@citadel.de

www.citadel.de

Authentisches Influencer Marketing für Gastronomen & Hoteliers

Mit der Freachly App Bekanntheit in sozialen Netzwerken steigern und neue Stammkunden generieren



@jennifer.falkenau bei The Meat (Berlin)

Social Media spielen in der heutigen Zeit in fast jeder Branche eine tragende Rolle. Vor allem in der Gastronomie und in der Hotellerie ist ein professioneller und kreativer Auftritt in den sozialen Netzwerken eines der stärksten Marketinginstrumente. Inzwischen ist es zur Normalität geworden, dass potenzielle Gäste sich vorab im Internet über ein Restaurant informieren (vor allem bei Instagram oder Facebook) – erst dann entscheiden sie, ob sich ein Besuch lohnt oder nicht. Vielfach findet heutzutage bereits der Erstkontakt mit einem Betrieb über soziale Medien statt. Ein führender Weg, gezielt mehr Menschen anzusprechen, ist das Influencer Marketing. Influencer bzw. Blogger sind Persönlichkeiten, die über eine enorme Reichweite in einer bestimmten Zielgruppe verfügen. Eine enge Zusammenarbeit mit diesen Meinungsmachern ist gerade für lokale Unternehmen unerlässlich.

Verfügung stellen. Nachdem die Influencer diese Angebote in Anspruch nehmen, teilen sie ihre Erlebnisse mit ihrer Community in Form von Postings in den sozialen Netzwerken. Damit generieren sie authentische Marketing-Inhalte für die jeweiligen Unternehmen, die ihre Markenbekanntheit organisch erhöhen und im Idealfall auch zur neuen, zahlenden Kundschaft führen. Neben der Initiierung von Influencer Kooperationen übernimmt Freachly bei Bedarf auch die komplette Pflege der unternehmenseigenen Social Media Accounts sowie die Produktion von hochwertigen Unternehmensbildern mit professionellen Fotografen.

*Doch wie gewinnt man Influencer für sich?
Wie gestaltet man möglichst effektiv und mit wenig Aufwand solche Kooperationen?*

Den wohl einfachsten Weg für ein professionelles Influencer Marketing bietet Freachly.

Die Lösung

Freachly ist die führende Plattform für lokales Influencer Marketing in Europa mit dem Ziel, lokale Unternehmen aus der Gastronomie oder dem Tourismus Bereich mit relevanten Social Media Influencern aus der Umgebung zu verbinden. Die teilnehmenden Partner können Influencern über die Freachly App ganz einfach verschiedene Angebote, wie Essensgutscheine oder kostenlose Übernachtungen, zur

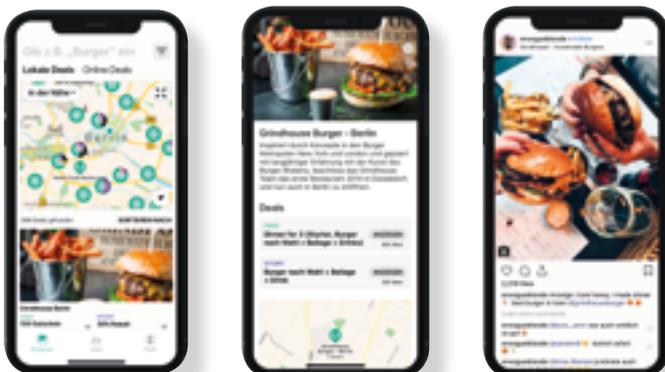


Influencer Kooperation, Account Pflege und professionelle Bildproduktion

Inzwischen sind über 12.000 ausgewählte Influencer und über 600 Partner aus der Gastronomie & Hotellerie (wie WonderWaffel, La Femme, Sons of Mana, Grand Hyatt etc.) in mehr als 20 Städten Teil des exklusiven Freachly Netzwerkes sowie aktive Nutzer der App.

„Wir haben positive Erfahrungen in Zusammenarbeit mit unserem Dienstleister Freachly gemacht, der eine Plattform für Influencer Marketing entwickelt hat. Freachly hat eine super Variante entwickelt, mit der Influencer auf einen aufmerksam werden. So kann man sich gezielt auf dieses Marketing-Tool fokussieren, wenn man möchte.“

Oualid Chahboune (Kahuna Poké Bros.)



Persönlichen Beratungstermin vereinbaren

Kevin Golanko
Head of Sales – Berlin
Mobil: 0178.6927120
@ kevin.golanko@freachly.de
www.freachly.de

Freachly

Webseitenbesucher zu Hotelgästen machen:

Steigerung von Direktbuchungen mit DIRS21

DIRS²¹

Direktbuchungen, gute Konversionraten und die Stammgästegewinnung sind Themenschwerpunkte im Gastgewerbe geworden. Vor allem im Kampf gegen steigende Abhängigkeiten von den großen OTAs (Buchungsportalen) hat sich eine nutzerfreundliche Buchungsstrecke auf der Hotelwebseite als Herzstück des Onlinevertriebes herauskristallisiert. Gäste sollen vor allem über einen intuitiven und direkten Einstieg in die Buchungsstrecke, unkomplizierte Zwischenschritte und einen verständlichen Check-Out-Prozess buchen können.

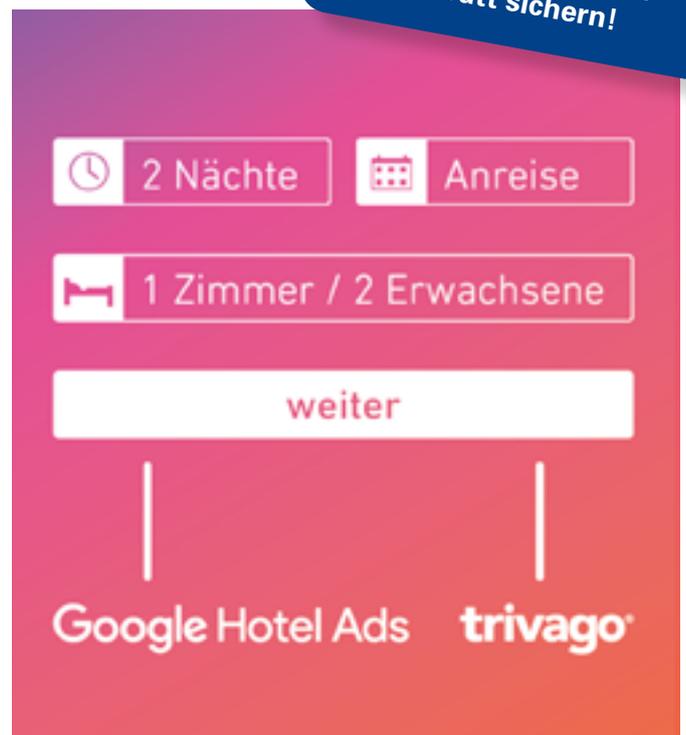
DIRS21 entwickelt bereits seit über 21 Jahren ganzheitliche Produkte für den Hotelvertrieb in Hotellerie, Gastronomie und dem Tourismusgewerbe. Mit dem gleichnamigen Buchungs- und Channelmanagement-System sind sie Marktführer in D-A-CH. Ob kleine Gasthäuser oder große Business-Hotelketten – die Softwarelösungen von **DIRS21** wurden für die Bedürfnisse unterschiedlicher Unterkünfte konzipiert und sind darüber hinaus kompatibel mit zahlreichen Property-Management-Systemen. Kombiniert in einem System bietet **DIRS21** alle Funktionen einer webbasierten Buchungsmaschine sowie eines umfangreichen Channelmanagers und unterstützt damit sowohl Hoteliers als auch deren Gäste im Buchungsprozess.

Mit **DIRS21** sind mühelose Buchungen garantiert: Täglich nutzen durchschnittlich 39.000 Gäste das Direktbuchungstool des Marktführers – mehr als die Hälfte auf dem Desktop, ca. 30 % per Smartphone und knapp 15 % via Tablet. Die Weiterentwicklung des anpassbaren, responsiven Designs steht bei dem schwäbischen Unternehmen daher weiterhin stark im Fokus. Darüber hinaus wurde die IBE um viele verkaufsfördernde Funktionen erweitert: Die aktuelle Version bietet u. a. einen neuen Stammgäste-Login mit automatischer Datenausfüllung, einen verbesserten Check-out-Prozess und werbewirksame Homepage-Popups. Ganz aktuell können Hoteliers bei eigenen fehlenden Verfügbarkeiten alternative Partnerhotels innerhalb des Buchungsprozesses empfehlen. Die Nutzung von **DIRS21** senkt Buchungsabbrüche erfahrungsmäßig deutlich und führt somit nachhaltig zu mehr Umsatz – denn zufriedene Direktbucher werden oft zu Stammgästen.

Mehr Informationen finden Sie unter

 www.dirs21.de.

Jetzt Angebot anfordern und DEHOGA Berlin-Rabatt sichern!



© TourOnline AG

Neuntes Umsatzplus in Folge

Deutschlands Gastgeber blicken auf ein erfolgreiches Tourismusjahr 2018 zurück. Wie das Statistische Bundesamt mitteilte, setzten Hotels und Restaurants 2018 nominal 3,2 Prozent mehr um als im Vorjahr. Real bedeutete dies ein leichtes Plus von 1,0 Prozent, das neunte Umsatzplus in Folge. Mit der steigenden Nachfrage stellten die Betriebe mehr ein. 1.096.400 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte waren nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit (BA) im September 2018 in Gastronomie und Hotellerie beschäftigt. Ein Plus von 2,0 Prozent bzw. 21.300 Beschäftigten gegenüber dem Vorjahresmonat und ein neuerlicher Rekordwert. Für das Jahr 2019 prognostiziert der DEHOGA Bundesverband ein nominales Umsatzplus von 1,5 Prozent.

 www.dehoga.de

Ramona Pop eröffnete eat! berlin



© eat!berlin Pia Negri

Sven Oswald, Bernhard Moser, Ramona Pop, Daniel Finger

„Die eat! berlin 2019 hat Fahrt aufgenommen. Elf Tage Genuss, Gourmandise, Kultur und Unterhaltung liegen vor uns. Wir sind gewachsen und so umfangreich wie nie zuvor, wir haben grandiose Gastköche und unfassbar gute Winzer. Wir können zeigen, dass Berlin ein wunderbarer, kulinarischer Ort ist. Danke an alle Beteiligten!“, sagte ein sichtlich stolzer Festivalleiter Bernhard Moser, der Senatorin Ramona Pop von der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe und Staatssekretär Christian Rickerts begrüßen durfte. Über 50 Gastköche kamen während der Festivaltage nach Berlin. Das achte eat! berlin Feinschmeckerfestival verzeichnete gleich mehrere Rekorde: 20 Veranstaltungen mehr als im Vorjahr, bis zu neun davon fanden an einem einzigen Tag statt. Über 100 Spitzenköchinnen und -köche brachten bei 70 Veranstaltungen in fast ebenso vielen Locations die Hauptstadt zum Kochen!

 www.eat-berlin.de

Sterne-Regen für Berlin

Am Abend des 27. Februar schaute die Feinschmecker-Welt auf Berlin: Der Guide Michelin gab auf einer Pressekonferenz im Motorwerk Weißensee die Sterne-Tempel 2019 bekannt. Berlin hat fünf Zwei-Sterne-Restaurants: Facil in der Potsdamer Straße, Horváth am Paul-Linke-Ufer, Lorenz Adlon Esszimmer, Rutz in der Chausseestraße und Tim Raue in der Rudi-Dutschke-Straße. 17 Lokale ziert ein Michelin-Stern. Vier Restaurants gelang es erstmals, die begehrte Auszeichnung zu bekommen: das Coda Dessert Dining, die Dessertbar von René Frank in der Neuköllner Friedelstraße, die ohne Weißmehl und Laktose auskommt; das Ernst in der Gerichtstraße im Wedding; das Savu des finnischen Ex-Sternekoches Sauli Kempainen, das nordische, spanische und italienische Küche kombiniert; und das Kin Dee in der Potsdamer Straße mit seiner kreativen thailändischen Küche.

15 Jahre The Ritz-Carlton

Mitte Januar zelebrierte das The Ritz-Carlton, Berlin, sein fünfzehnjähriges Bestehen als bedeutendes Aushängeschild für Berlin sowie den Potsdamer Platz. „Wir schauen auf eine Vielzahl unvergesslicher Momente zurück und setzen die Erfolgsgeschichte des Hauses auch in den kommenden Jahren fort“, so General Manager Robert Petrović. Zu diesem Anlass bereitete das Grandhotel den Ladies und Gentlemen der ersten Stunde einen Empfang. Bei einem Stück Torte und einem Glas Champagner wurde in Erinnerungen geschwelgt, spannende Geschichten wurden ausgetauscht und Zukunftspläne geschmiedet. Das The Ritz-Carlton, Berlin, verfügt über 303 Gästezimmer und Suiten.



© The Ritz-Carlton Berlin

 www.ritzcarlton.de/berlin

Millioneninvestition für Hotel Berlin, Berlin

Die Padox AB investiert acht Millionen Euro in den Umbau des Hotel Berlin, Berlin am Lützowplatz. Der gesamte Eventbereich – inklusive der Lounge-Bar und der Lobby – wird schrittweise in eine offene Hotelwelt umgestaltet, die bis in den Innenhof hineinreichen wird. Für das leib-



© Hotel Berlin, Berlin

General Manager Jan-Patrick Krüger

liche Wohl werden mobile Gastroflächen sorgen, die rund um die Uhr für kulinarische Erlebnisse bereitstehen. „Wir haben drei Agenturen beauftragt, uns Kreativkonzepte zu erarbeiten. Den besten Vorschlag werden wir ab Sommer 2019 umsetzen“, erklärt General Manager Jan-Patrick Krüger die Renovierungspläne. „Die Renovierungsarbeiten werden sich über anderthalb Jahre erstrecken, um den laufenden Hotel- und Veranstaltungsbetrieb in keiner Weise zu stören.“ Bereits in den letzten beiden Jahren stellte die Padox AB gut zehn Millionen Euro zur Verfügung, um das Community-Projekt You, Me & Berlin im Hotel Berlin, Berlin zu realisieren und damit die Zimmer zu renovieren.

 www.hotel-berlin.de

Michelin: Liste der Bibs

Der Guide MICHELIN brachte zum vierten Mal einen eigenständigen Bib-Gourmand-Guide für Deutschland auf den Markt. Er offeriert 424 Empfehlungen, darunter 39 neue Restaurants. Für seine vierte Ausgabe hat der Guide Bib Gourmand ein neues Gesicht bekommen. Das Format ist größer und das Layout frischer geworden, es gibt mehr Fotos. Bib signalisiert – so der Michelin –, „dass Gäste hier sorgfältig zubereitete Speisen zu einem besonders guten Preis-Leistungs-Verhältnis erhalten.“ In Deutschland bedeutet dies, dass ein 3-Gänge-Menü maximal 37 Euro kosten darf.

 www.viamichelin.de

NH präsentiert das Hotelzimmer der Zukunft

In Berlin-Mitte präsentierte die NH Hotel Group ihre Idee vom „Hotelzimmer der Zukunft“. Mit Hilfe des



© Peggy Mayer

ALBA 

Wir nennen es Rohstoff.

Frisch auf der Tageskarte: Speisereste-Tonne an Gewerbeabfallverordnung.

Sie verwöhnen Ihre Gäste – wir kümmern uns um die Resteverwertung. Umweltfreundlich, rechtssicher und effizient.

Es ist angerichtet, sprechen sie uns an!

+ 49 30 35182-351



www.alba.info/berlin

© Peggy Mayer



Tablets können Gäste Licht, Musik und Temperatur steuern und ihren persönlichen Wünschen anpassen. Sechs Hauptstimmungen mit einer Vielfalt an Unterkategorien sind voreingestellt, die besseres Schlafen, Arbeiten und Entspannen möglich machen. Insgesamt haben Geschäftsreisende wie Freizeitgäste die Auswahl aus „19 Moods“. Das Hotelzimmer der Zukunft ist eine der großen digitalen Innovationen und Pilotprojekt der NH Hotel Group. Besonderheit der Mood Rooms™ im NH Collection Berlin Mitte sind die Sportergänzungen durch die Fitness- und Lifestylemarke CYBEROBICS. Über die Mood „Set the Tone“ können Vielreisende die Schnittstelle zu den Workouts von CYBEROBICS nutzen und aus insgesamt vier verschiedene Fitnessvideos auswählen.

 www.nh-hotels.de

Von der alten Bolle-Meierei zur Eventlocation

Von wo aus Carl Bolle in Alt-Moabit die Berliner einst mit Milch versorgte, ist mit den Bolle Festsälen eine Veranstaltungsfläche mit zwei riesigen Sälen, Milchbar, Dachter-

© Naumann_BolleFestsaele



rasse, dem angeschlossenen Ameron Hotel Abion Spreebogen und einer eigenen Yacht mit moderner Infrastruktur direkt an der Spree entstanden. „Wir wollen der Meierei ihre Geschichte wiedergeben, um an Carl Bolle und seine Produktionsstätte zu erinnern“, so Geschäftsführer Gunnar Gust. Die Industrie-Architektur der Bolle Festsäle zeichnet sich durch den Charakter der Gründerzeitjahre aus: Mit Deckenhöhen von bis zu acht Metern, unverputzten Backsteinwänden, hohen Stahlstreben-Fenstern, gusseisernen Säulen und Liebe zum Detail wirken die Räumlichkeiten für sich genommen bereits imposant. Am 28. April 2019 öffnet die historische Eventlocation allen Interessierten die Türen, um sich selbst ein Bild von den neuen Möglichkeiten der Nutzung zu machen.

 www.bolle-meierei.com

The Grand setzt auf ein starkes Trio

Nachdem Jesko Klatt im „The Grand“ mit der Rückkehr von Tilo Roth bereits ein gutes Personalhändchen bewiesen hat, setzt er nun ein zweites Mal auf einen erprobten Mitarbeiter: Rick Möhrke darf die Führungsposition im Restaurant einnehmen. Der 28-Jährige erlernte unter Maître Rainer Möckel im The Grand sein Handwerk und



© The Grand

Matthias Martens, Tilo Roth und Rick Möhrke

bewährte sich anschließend zwei Jahre als Chef de Rang, bevor er auf Gastro-Wanderschaft ging. Der Zweite im neuen Bunde ist Matthias Martens, der das Team mit Wein- und Zigarrenkenntnissen vervollkommnet. Zu seinen beruflichen Stationen gehören das Traumschiff und das Sternerestaurant VAU.

 www.the-grand-berlin.com

Black Out Dinner der Spitzenköche

Wenn die Lichter am 27. März 2019 im Rahmen des Earth Day und der Earth Hour ausgehen, dann ist dies

der Startschuss für einen Abend voller Überraschungen und Besonderheiten. An diesem Abend werden eine Reihe von Spitzenköchen aus der Hauptstadt gemeinsam im Schlackekeller ohne jegliche Elektrizität kochen. Statt mit Strom werden Speisen am Grill mit Feuer zubereitet. Kerzen und eine Musikauswahl von Frank Wiedemann (ÂME) ersetzen stromgeleitetes Licht und Musik-Boxen. Mit von der Partie sind die Restaurants Horváth, Herz & Niere, Lode & Stjin, Nobelhart & Schmutzig sowie Mrs. Robinson's.

Kamingespräch mit dem Regierenden

„Wie authentisch bleibt Berlin für Touristen?“ war Thema des TourismusDialogs Mitte Februar im Hotel Westin Grand. Berlins Regierender Bürgermeister Michael Müller stellte sich am (virtuellen) Kamin den Fragen von Gerd Appenzeller, Berater der Chefredaktion „Der Tagesspiegel“,



Michel Müller – mit der PR-Managerin des Hauses Andrea Bishara – nutzte die Gelegenheit, sich im Gästebuch des The Westin Grand einzutragen.

und des Auditoriums. Dabei ging es um die Akzeptanz steigender Touristenzahlen, die internationale Anbindung der Hauptstadt – Stichwort Lufthansa und Langstreckenflüge –, die Umsetzung des Zweckentfremdungsverbots von Wohnraum, fehlende Flächen für große Kongresse, die Verkehrssituation, das Humboldt-Forum ... Der TourismusDialog ist ein Kommunikationsforum und Netzwerk zwischen Medien und Tourismus, in dem Journalisten und Repräsentanten aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur, Gesellschaft und Diplomatie zusammenfinden.

www.tourismusdialog.berlin

Fliegel und Fa. Johann A. Meyer feierten die goldenen 20er

Anfang Februar luden Fliegel Textilservice und Johann A. Meyer ihre Kunden zu einem schillernden Event für die Housekeeping-Mitarbeiter ein. „Die Goldenen 20er“ war das Motto und viele der Gäste folgten diesem Aufruf. Sie

kamen im Stil der Goldenen 20er in die authentische Location „Queens 45“ in der Königin-Elisabeth-Straße. Natürlich durfte auch ein Charleston-Tanzkurs nicht fehlen, sogar eine kleine Choreografie wurde gemeinsam einstudiert. Es war ein gelungener Abend mit gutem Essen, toller Musik und netten Gesprächen.

www.fliegel-textilservice.de



© Textilservice Fliegel

ITB 2019: Größer, nachhaltiger, digitaler und internationaler

Auf dem größten Marktplatz der internationalen Reiseindustrie präsentierten sich vom 6. bis zum 10. März in 26 Hallen unter dem Berliner Funkturm rund 10.000 ausstellende Organisationen und Unternehmen aus mehr als 180 Ländern. Diesjähriges ITB-Partnerland war Malaysia. Premiere feierte eine beachtliche Anzahl wichtiger Reiseveranstalter. Eine Zunahme internationaler Unternehmen verbuchte ebenfalls der Bereich Medical Tourism. Die Segmente MICE und Business Travel rückten bei der 53. Auflage der ITB noch enger zusammen. Unter dem gemeinsamen Dach der Halle 7.1a wechselten sich an zwei Fachbesucher-Tagen im Halbtagesrhythmus das ITB MICE Forum und das ITB Business Travel Forum ab. Fokus des ITB MICE Forums war der Faktor Mensch. Im Mittelpunkt des ITB Business Travel Forums standen smarte Mobilitätskonzepte der Zukunft.

www.itb-berlin.de

forsa-Umfrage: Buchungskriterien für Familien

Bei der Wahl der Ferienunterkunft ist deutschen Familien längst nicht nur ein günstiger Preis wichtig, sondern vor allem die Qualität. Wie eine Ende Februar veröffentlichte forsa-Umfrage im Auftrag der Hotelmarke Premier Inn zeigt, sind insbesondere eine saubere Unterkunft mit der Möglichkeit, das Fenster zu öffnen, sowie eine bequeme Matratze für einen erholsamen Schlaf entscheidend. Eine saubere Unterkunft versteht sich als Voraussetzung bei der Wahl der Ferienunterkunft und landet auf dem ersten Platz der Befragung. Fast alle Teilnehmer (99 %) nannten Sauberkeit als wichtigen oder sogar sehr wichtigen Faktor bei der Buchung ihres Familienurlaubs. Preisgünstige Angebote und Ermäßigungen für Kinder folgen auf dem fünften Platz.

www.premierinn.de

Deutsche Hotelklassifizierung



Erstklassifizierungen:

★★★★ *Garni*
Adele Designhotel

Folgeklassifizierungen:

★★★★★ *Superior*
Hotel de Rome

★★★★★
Hotel Landhaus Alpinia
Mercure Hotel Berlin Tempelhof
Victor's Residenz Hotel Berlin

★★★★★ *Garni*
Quentin Boutique Hotel
Bleibtreu Hotel
Myer's Hotel Berlin

★★★★ *Superior*
Hotel Sylter Hof Berlin

★★★★ *Superior Garni*
Hotel Brandies

★★★★ *Garni*
Hotel Atrium Charlottenburg
Ibis Berlin Hauptbahnhof

★★★ *Superior Garni*
Ibis Berlin City West
mk I hotel berlin



▶ Betriebsjubiläen im April

Athena Roma 10 Jahre ■ Bären-Eck 25 Jahre ■ Brigantino 35 Jahre ■ Filia 20 Jahre ■ Hotel California am Kurfürstendamm 35 Jahre ■ Kantine Deluxe 5 Jahre ■ Kohlenquelle 15 Jahre ■ Landhaus Hubertus 10 Jahre ■ Parker Bowles 5 Jahre ■ Paulsborn am Grunewaldsee 5 Jahre ■ The Mandala Suites 20 Jahre ■ Tiki Heart 15 Jahre ■ Wyndham Berlin Excelsior 40 Jahre

▶ Mitgliedschaftsjubiläen im April

Athena Roma 10 Jahre ■ Bleibtreu Hotel 5 Jahre ■ Holiday Inn Berlin City East Side 5 Jahre ■ Maritim proArte Hotel Berlin 25 Jahre ■ Restaurant Paris Moskau 10 Jahre ■ Schubers 5 Jahre ■ Subway 10 Jahre ■ The Westin Grand Berlin 25 Jahre

Der Verband begrüßt herzlich seine neuen Mitglieder

- Jabe
- Double „H“
- The Mandala Suites
- Goldies
- Cafeteria Joseph's
- Grand Hostel Berlin Urban
- Ming Business and Conference Center Berlin
- Boulevard Friedrichstraße
- Schöneberger Weltlaterne
- Le Bon
- KaffeeBar
- DALUMA GmbH
- Gastronomie im Potsdamer Yacht Club
- Enoiteca Il Calice
- 5 x Schillerburger
- Restaurant Meteora
- Gästehaus der Polizei Berlin
- Gaststätte „Spandauer Bierbrunnen“
- Kamili
- Weinlust GmbH
- Oliv Eat
- Stairs Bar
- Das Versteck
- Lupita
- NOBELHART & SCHMUTZIG
- FINEST'S Irish Pub
- Leo's
- Selig – Café-Restaurant-Bar
- KAFFE
- The Student Hotel
- Hotel Karshorst

 DEHOGA BERLIN		Save the Date WICHTIGE TERMINE FÜR MITGLIEDER
Samstag bis Montag, 6.–8. April 2019	YoungStars BB – Wettbewerb der Gastgeber	Hotel nhow Berlin
Freitag, 10. Mai 2019	Gastro Business Club weitere Termine 2. September, 21. Oktober, 2. Dezember	Ort wird noch bekannt gegeben
Montag, 13. Mai 2019	Vollversammlung	Ort wird noch bekannt gegeben
Freitag bis Sonntag, 14.–16. Juni 2019	Präsidenten-Cup	Golf Resort Semlin
Montag, 12. August 2019	Sommerfest	Tipi am Kanzleramt
Montag, 26. August 2019	Golf-Trophy	Berliner Golfclub Stolper Heide
Donnerstag, 19. September 2019	Sicherheitsforum für Locations & Hospitality	Hotel Berlin, Berlin

130 Jahre Mitglied im DEHOGA Berlin: Haus Leopold in Zehlendorf

„Traumlage“ ist ein gern genutztes Wort zur Beschreibung von Hotelstandorten. Das Haus Leopold in der Zehlendorfer Fischerhüttenstraße hat dafür aber allen Grund: Das ruhig gelegene, gemütliche Hotel im Landhausstil liegt unweit von Schlachtensee und Krummer Lanke, zu Bussen, S- und U-Bahn sowie zur Stadtautobahn ist es jeweils nur ein Katzensprung. 1889 gründete der Urgroßvater der heutigen Inhaber Karin Magdeburg und Günter Leopold das gastliche Haus. Der Urgroßvater entschloss sich dann auch schnell, Mitglied im Berliner Branchenverband des Gastgewerbes zu werden. Als die Vorläuferorganisation des DEHOGA Berlin im Jahr 1884 gegründet



wurde, erlebte die aufstrebende Metropole ein rasantes Wachstum und wurde Stadt des Erfolgs. Die Geschwister Karin Magdeburg und Günter Leopold erweitern schon kurz nach der Übernahme vor 25 Jahren das Hotel, das heute 23 Zimmer mit 50 Betten hat. Die Gäste schätzen die Atmosphäre des Hauses genauso wie die grüne Umgebung und das reichhaltige Frühstück.

„Laut Recherchen des RBB ist Haus Leopold Berlins ältestes familiengeführte Hotel“, berichtet Günter Leopold stolz. In die Zukunft schaut er mit gemischten Gefühlen, denn ein Nachfolger ist nicht in Sicht.

 www.hausleopold.de

65 Jahre Mitglied im DEHOGA Berlin: Bornholmer Hütte

Kneipensterben? Matthias Gehrhus zuckt die Schultern. „Das Glas-Bier-Geschäft stirbt aus, nicht aber Sturköpfe wie ich.“ Schon seine Eltern standen in der Bornholmer Hütte hinterm Tresen und es hat den Anschein, als hat sich seitdem nichts verändert. Das dunkle Mobiliar ist gediegen, geraucht werden darf wie eh und je, WLAN oder Tische bestellen Fehlanzeige. Es gibt Bier vom Fass oder aus der Flasche, Spirituosen von süß bis heftig, auch ein Wein kann bestellt werden. Neuzeitlich ist nur der große Flachbildschirm, der eingeschaltet wird, wenn Fußballzeit ist. Touristen verirren sich eher selten in die Altberliner Kneipe, „90 Prozent sind Stammgäste“, so Matthias Gehrhus, der in der DDR Koch mit der Spezialisierung für Großküchen lernte und nach der Wende ohne Job dastand.



Matthias Gehrhus, Wirt der Bornholmer Hütte in der Bornholmer Straße

Da lag es nah, in die elterliche Kneipe einzusteigen. 1999 übernahm er sie als Chef. Schon seine Eltern engagierten sich für die Interessen der Gastronomen und so ist die Mitgliedschaft im DEHOGA Berlin für ihn normal wie das Öffnen der Kneipentür pünktlich 17 Uhr, wenn viele der Gäste auf ein Feierabendbier kommen. 306 offene Kneipentage zählte er im Jahr 2018.

In all den Jahren erlebte die Bornholmer Hütte Hochs und Tiefs, gegenwärtig stellte der Wirt fest, dass viele junge Menschen die Kneipenatmosphäre für sich entdeckt haben. Sie mögen die analoge Insel, auf der man schnell mit den Nachbarn ins Gespräch kommt, Karten spielt, Brettspiele mitbringt oder ganz entspannt ein Bier frisch vom Fass trinken kann. Kneipe ist angesagt, trendy, Kult – gute Überlebenschancen für ein Stück Berliner Tradition.



Pünktlich 17 Uhr öffnet sich die Tür der Bornholmer Hütte

von Brigitte Menge

Arbeit auf Abruf – neu geregelt

Besonders in der Gastronomie kann man nicht immer vorhersagen, wie viele Stunden ein Mitarbeiter benötigt wird. Eine gewisse Flexibilität ist daher notwendig, besonders beim Einsatz von Aushilfen. Arbeitsverträge, die eine Arbeit auf Abruf ermöglichen, sind daher eine gute Alternative. Die Arbeit auf Abruf wurde zum 1. Januar 2019 neu geregelt.

Arbeit auf Abruf: Die Arbeit auf Abruf ist in § 12 TzBfG dargestellt. In der Praxis ist es so, dass man mit den Mitarbeitern eine wöchentliche Mindestarbeitszeit vereinbart, die je nach Arbeitsanfall um bis zu 25 % erhöht werden kann. Bezahlt werden dann die tatsächlich geleisteten Stunden, mindestens jedoch die vertraglich vereinbarte Mindestarbeitszeit. Die Festlegung der wöchentlichen Mindestarbeitszeit ist daher von zentraler Bedeutung und sollte gut überlegt sein.

Schriftlicher Vertrag: Wichtig ist, dass man die Mindestarbeitszeit schriftlich festlegt, ansonsten wird per Gesetz vermutet, dass man eine Mindestarbeitszeit von 20 h pro Woche vereinbart hat.

Dienstplan: Der Dienstplan muss mindestens vier Tage vorher bekannt gegeben werden. Pro Einsatz ist der Mitarbeiter außerdem mindestens 3 Stunden hintereinander einzusetzen, sofern dies nicht anderes vereinbart wurde.

Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall: Bei der Berechnung der Entgeltzahlung im Krankheitsfall ist die Arbeitszeit der letzten drei Monate vor Beginn der Arbeitsunfähigkeit maßgebend.

Vertragsgestaltung: Wichtig ist, die Arbeit auf Abruf vertraglich genau zu regeln. Eine Vertragsklausel könnte wie folgt lauten:

*Die wöchentliche Arbeitszeit beträgt 12 Stunden. Der Arbeitnehmer verpflichtet sich je nach Arbeitsanfall auf Aufforderung des Arbeitgebers bis zu 15 Stunden in der Woche zu arbeiten. Der Arbeitgeber teilt dem Arbeitnehmer spätestens vier Tage im Vorfeld die Lage der Arbeitszeit mit.
Die Vergütung beträgt ... EUR brutto pro Stunde.*

Der Autor, René Kienker, ist Justiziar im DEHOGA Berlin und steht für Fragen gerne zur Verfügung.
Tel. 030. 31804819



© DEHOGA Berlin

SMART FÜR DIE ZUKUNFT

Smarter Sound für Ihr Unternehmen

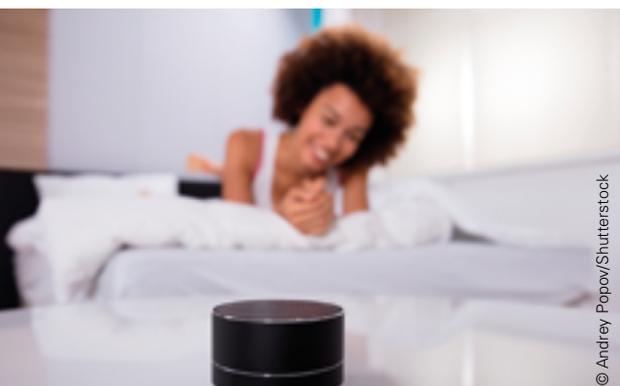
Smart Soundsysteme bieten Hoteliers und Gastronomen viele Vorteile. Einer davon: Digitale Innovationen ersetzen platzraubende Geräte. Kleine, kabellose Lautsprecher zum Beispiel sorgen für besten Klang und viel Flexibilität. Als Nutzer steuern Sie die Musik über WLAN oder Bluetooth mit Ihrem Smartphone – bequem per App und von überall aus.

Sie möchten nicht Ihre gesamte Anlage austauschen? Kombinieren Sie alt mit neu! Die Kopplung läuft über HDMI- oder USB-An-

schlüsse, die auch bei vielen älteren Geräten integriert sind. Andernfalls benutzen Sie einen (Bluetooth-)Adapter. Sie haben auch die Möglichkeit, ein Multiroom-System zu installieren, das Boxen in mehreren Räumen drahtlos miteinander verbindet. Für Außenbereiche eignen sich Boxen mit integriertem Akku.

Mit smarten Anwendungen können Sie auch Ihre Hotelzimmer attraktiver gestalten: Gäste wählen ihre Lieblingssongs mit dem Handy oder über das hoteleigene Tablet aus. Insgesamt sind smarte Soundsysteme nicht nur klanglich und optisch eine Wohltat. Sie sind, da weniger Geräte benötigt werden, auch energieeffizient.

Mehr Infos zu smarten Produkten finden Sie auf www.vattenfall.tink.de



© Andrey Popov/Shutterstock

VATTENFALL

**Begehrtester Gast
an jeder Bar.**



Echt Berlin. Echt Schultheiss.